

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM
MEMILIH ASURANSI BERBASIS SYARIAH DI KOTA MAKASSAR**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi Islam(S.E) Jurusan Ekonomi
Islam Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Uin Alauddin Makassar

Oleh :

NURUL RAHMANIA

NIM: 90100116008

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nurul Rahmania
NIM : 90100116008
Tempat/Tgl. Lahir : Makassar, 28 Juni 1998
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Pallangga
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat
Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah di Kota Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya maka skripsi dan gelar yang diperoleh akan batal demi hukum.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Gowa, Agustus 2020

Penyusun



Nurul Rahmania

NIM. 90100116008



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Sultan Alauddin No. 63 Makassar ■ (0411) 864924, Fax. 864923
Kampus II : Jl. H.M. Yasin Limpo Romangpolong – Gowa . ■ 424835, Fax:424836

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah di Kota Makassar”**, yang disusun oleh **NURUL RAHMANIA, NIM 90100116008**, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 10 Agustus 2020, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Samata-Gowa, 10 Agustus 2020

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.	(.....)
Sekretaris	: Dr. Hj. Rahmawati Muin, M.Ag.	(.....)
Penguji I	: Ahmad Efendi, SE., M.Si.	(.....)
Penguji II	: Akramunnas, SE., MM.	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Amiruddin K, M.El.	(.....)
Pembimbing II	: Ismawati, SE., M.Si.	(.....)

Diketahui Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.
NIP. 19661130 199303 1 003

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Salam dan Shalawat tak lupa penyusun curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad saw, yang telah membawa umatnya dari alam yang berliku-liku menuju jalan yang lurus yang aman dan sejahtera *minadzulumati ilannur*. Dengan izin dan kehendak Allah swt, skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Skripsi ini berjudul: ***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar”***, yang telah di selesaikan dengan waktu yang direncanakan.

Penyusun skripsi ini terselesaikan dengan adanya kerjasama, bantuan, arahan, bimbingan, doa dan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Terutama kepada kedua orang tua penulis yaitu : Ayahanda Abd Hamid dan Ibunda Herlina yang paling berjasa atas apa yang sampai saat ini saya capai, telah mendidik saya, membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, menyekolahkan saya sampai pada tingkat ini dan terus memberikan doanya. Karena itu, pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih atas sumbangsih pemikiran, waktu, dan

tenaga serta bantuan moril dan materi khususnya kepada:



1. Prof. Drs. Hamdan Juhannis M.A, Ph.D Sebagai rektor UIN Alauddin Makassar dan para wakil Rektor serta seluruh staf dan jajarannya.
2. Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
3. Ahmad Efendi, SE.,MM. dan Akramunnas, SE.,M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam atas segala bantuan, kontribusi dan bimbingannya.
4. Bapak Dr. Amiruddin, K, M.EI selaku pembimbing I dan ibu I smawati, SE.,M.EI. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Penguji Skripsi Bapak Ahmad Efendi, SE.,M.M dan Akramunnas, SE.,M.SI. yang telah mengajarkan kepada penyusun arti sebuah kesabaran, dan pelajaran bahwa calon sarjana harus mempunyai senjata untuk bersaing di dunia kerja.
6. Penguji Komprehensif yang telah mengajarkan saya arti kesabaran dan teladan, serta pelajaran bahwa calon sarjana harus mempunyai senjata untuk bersaing di dunia kerja Mustafa Umar, S.Ag.,M.Ag, Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag., Dr. Ir. H. Idris Parakkasi.
7. Seluruh staf Akademik, tata usaha, jurusan, dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penyusun mengucapkan terima kasih atas bantuannya dalam pelayanan akademik dan administrasi.
8. Seluruh tenaga pengajar dan pendidik khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan ilmu dengan ikhlas kepada penyusun selama proses perkuliahan, dan praktikum.

9. Untuk kedua orang tua ku tercinta terimakasih atas segala doa dan dukunganya berkat doa dan dukungan kalian penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
10. Untuk sahabat ku, Atika Rizki, Pipi Arviana, Wardatul Jannah, Nurul Irhamni Fajri, Elma Tiana, dan Ummu qalsum terimakasih atas segala dukungan dan doanya selama ini mulai dari awal pembuatan skripsi sampai pada hari ini tidak henti-hentinya memberikan dukungan kepada penyusun. Terimakasih juga atas segala waktunya untuk mendengar keluh kesah penyusun selama pembuatan skripsi. Segala kebaikan kalian tidak akan pernah penyusun lupakan.
11. Untuk Saudari Andi Nur Afni, terimakasih atas segala doa, arahan, masukan dan bantuannya yang diberikan selama pembuatan skripsi ini.
12. Untuk sahabatku Musfirah, terimakasih karena selalu ada mendengar keluh kesah penyusun selama pembuatan skripsi ini dan terimakasih juga atas jokes-jokesnya walaupun kadang garing namun cukup menghibur saat penyusun merasa tertekan dalam pembuatan skripsi ini dan terimakasih juga atas segala doanya selama ini. Segala kebaikan yang diberikan tidak akan pernah penyusun lupakan.
13. Teman-teman kelas Ekis A 2016, terima kasih atas doa yang diberikan selama ini serta dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

14. Terimakasih kepada Teman-teman KKN Posko 3 Desa Mattampapole Kec. Mallawa Kab. Maros (Atun, Zam, Winda, Rara, Biah, Naim, Rizal dan Andis) yang selalu memberikan support kepada penyusun.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penyusun berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat di jadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Penyusun juga menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kelemahan, sehingga penyusun tidak lupa mengharapkan saran dan kritik terhadap skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca. Aamiin.

Gowa, Agustus 2020
Penulis,



Nurul Rahmania
NIM. 90100116008



DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-25
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Hipotesis	13
D. Definisi Operasional	17
E. Ruang Lingkup Penelitian	21
F. Kajian Pustaka	22
G. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	24
BAB II TINJAUAN TEORITIS	26-59
A. Risiko Dalam Islam	26
B. Teori Maqashid Syariah.....	31
C. Minat.....	40
D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Memilih Produk	42
E. Asuransi Syariah.....	53
F. Kerangka Fikir	58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	60-69
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	60

B. Pendekatan Penelitian.....	60
C. Populasi dan Sampel.....	61
D. Metode Pengumpulan Data	62
E. Instrumen Penelitian	63
F. Teknik Analisa Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70-119
A. Sekilas Gambaran Umum Objek Penelitian	70
B. Karakteristik Responden.....	75
C. Deskripsi Variabel Penelitian	79
D. Uji Analisis Statistik.....	84
E. Pembahasan	97
BAB IV PENUTUP	120-122
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....	127-131



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Perusahaan Asuransi Syariah Indonesia Tahun 2011-2016 ..	7
Tabel 1.2. Kajian Pustaka.....	24
Tabel 3.1. Instrumen Penelitian	69
Tabel 4.1. Luas Wilayah Kec. Di Kota Makassar	77
Tabel 4.2. Jumlah Penduduk/Kec. Di Kota Makassar	78
Tabel 4.3. Kepadatan Penduduk/Kec. Di Kota Makassar	79
Tabel 4.4. Ditribusi Penyebaran Kuesioner	81
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	82
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Menurut Usia	83
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	83
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan	84
Tabel 4.9. Variabel Faktor Harga Premi	85
Tabel 4.10. Variabel Faktor Kelompok Referensi	85
Tabel 4.11. Variabel Faktor Produk	86
Tabel 4.12. Variabel Faktor Religiusitas.....	87
Tabel 4.13. Variabel Faktor Minat.....	88
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas.....	98
Tabel 4.15. Hasil Uji Realibilitas.....	90
Tabel 4.16. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	93
Tabel 4.17. Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
Tabel 4.18. Hasil Uji Park.....	95
Tabel 4.19. Hasil Uji <i>Durbin-Waston</i> (DW).....	96
Tabel 4.20. Hasil Uji Reresi Linear Berganda	97
Tabel 4.21. Hasil Uji Koefisien Determinasi	99
Tabel 4.22. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	100
Tabel 4.23. Hasil Uji Parsial (Uji t)	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Perkembangan Aset Keuangan Syariah	1
Gambar 1.2. Grafik Perkembangan Asuransi Syariah Secara Global.....	6
Gambar 2.1. Kerangka Pikir.....	64
Gambar 4.1. Hasil Uji Normal <i>Probability Plot</i>	90
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	91



ABSTRAK

Nama : Nurul Rahmania

Nim : 90100116008

Judul: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar. Dengan menggunakan variable independen yaitu harga premi, kelompok referensi, produk dan religiusitas serta variable dependen yaitu minat masyarakat

Penelitian ini merupakan metode analisis regresi linear berganda dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data primer diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuesioner/angket yang telah dibagikan kepada responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Kota Makassar sebanyak 150 orang yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dimana sampel diambil dengan sengaja namun dengan kriteria tertentu. Dan analisis menggunakan SPSS. 21.

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan variable independen (harga premi, kelompok referensi, produk dan religiusitas) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di kota Makassar dengan nilai signifikansi hasil uji F diperoleh $F_{hitung} = 66,296$ dengan $P\text{-value} = 0,000 < 0,05$. Sedangkan secara pasrial variable harga premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar dengan t hitung sebesar 2.284 dan nilai $P\text{-value}$ sebesar $0.024 < 0.05$. Variable kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar dengan t -hitung sebesar 2.679 dan nilai $P\text{-value}$ sebesar $0.008 < 0.05$ Variabel factor produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar

dengan nilai t hitung sebesar 2.538 dengan nilai P -value sebesar $0.012 < 0.05$ dan dari hasil uji hipotesis parsial t , variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar dengan nilai t hitung sebesar 3.448 dengan nilai P -value sebesar $0.001 < 0.05$.

Kata Kunci :Minat Masyarakat, Asuransi Syariah, Faktor Harga Premi, Kelompok Referensi, Produk dan Religiusitas



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Selama lebih 20 tahun terakhir sampai saat ini, perkembangan ekonomi syariah secara nasional terus mengalami peningkatan. Dari hasil data OJK, dapat diketahui bahwa total aset keuangan syariah seperti IKNB Syariah, Pasar Modal Syariah dan Perbankan Syariah di tahun 2016 mencapai 893,77 kemudian di 2017 meningkat mencapai 1.129,77 dan terakhir di 2018 meningkat mencapai 1.287,65. Begitu juga dengan jumlah industri keuangan syariah yang sudah mencapai 199 industri dengan jumlah kantor sebanyak 2.746 yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia.¹

Grafik 1.1

Perkembangan Aset Keuangan Syariah



Sumber: OJK, 2019

¹OJK, "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia" dikutip dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/default.aspx>, (Diakses pada tanggal 24 November 2019).

Berkembangnya industri keuangan syariah di Indonesia, berawal dari dibentuknya baitul maal di tahun 1984, yang merupakan cikal bakal lahirnya perkembangan ekonomi syariah di Indonesia, lalu kemudian ditahun 1992 di ikuti dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia yang lahir tanpa adanya dukungan peraturan perundang-undangan yang memadai. Perkembangan yang positif baru terjadi setelah disahkannya Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Disamping berkembangnya perbankan syariah yang terus memberikan dampak positif bagi masyarakat, maka disisi lain lembaga keuangan syariah bukan bank juga semakin memperlihatkan perkembangannya hal ini dibuktikan dengan dibentuknya lembaga pegadaian syariah, lembaga asuransi syariah, pasar modal syariah, dana pensiun lembaga keuangan syariah, pegadaian syariah, badan wakaf, badan amil zakat, dan baitul mal.²

Berkembangnya industri perekonomian di era sekarang ini, mengharuskan manusia untuk dapat menyesuaikan diri mengikuti perkembangan yang ada, dalam rangka penyesuaian diri tersebut maka manusia tidak akan lepas dari fitrahnya yang selalu berhadapan dengan risiko. Setiap manusia di dunia ini tidak akan lepas dari adanya risiko dan manusia tidak akan pernah tahu kapan dan dimana risiko itu akan menimpa dirinya. Karena seiring dengan berkembangnya zaman tingkat risiko yang akan di hadapi juga akan semakin tinggi.³

²Mul Irawan, "Politik Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia", *Jurnal Media Hukum*, Vol. 25, No. 1, (2018), h. 11

³Ikromullah Ramadhan, "Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah", Jakarta: Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, *Skripsi*. (2015), h. 1

Risiko yang dihadapi manusia bisa jadi karena kerugian dalam hal ekonomi maupun fisik, seperti kesehatan yang buruk hingga kematian, dalam hal bisnis yang sedang gencar-gencarnya saat ini maka risiko tidak akan pernah jauh dari manusia seperti terjadi kebakaran, kehilangan atau kerusakan pada suatu usaha yang dijalankan, maka dari itu di era modern sekarang ini peran asuransi yang merupakan lembaga keuangan non-bank akan sangat dibutuhkan oleh manusia untuk membantu meringankan beban terhadap risiko dimasa yang akan datang.⁴

Menurut fatwa DSN MUI No. 21/DSN-MUI-X/2001 Asuransi Syariah (takaful, ta'min, atau tadhmun) merupakan salah satu bentuk usaha yang dilakukan berdasarkan prinsip tolong menolong antar sesama pihak yang tergabung dalam asuransi syariah dengan melakukan investasi seperti tabarru' atau asset dalam menghadapi berbagai resiko yang mungkin terjadi di kemudian hari dengan kesepakatan akad berdasarkan syariat.⁵

Asuransi syariah didasari atas akad tabarru' (tolong menolong), yaitu gabungan antara rasa tanggung jawab dan persaudaraan diantara sesama peserta asuransi atau peserta takaful. Hal ini karena dari awal, seluruh peserta telah meniatkan hartanya dalam bentuk persetujuan berupa sumbangan atau derma. Sehingga, apabila terjadi musibah diantara salah satu peserta, maka peserta lain

⁴Leliya dan Maya Kurniasari, "Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential", Cirebon: Dosen Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, (2016), h. 2

⁵Nurma Sari, "Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah", *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, (2017), h. 62

yang akan membantu meringankan beban peserta melalui dana tabarru yang telah di niatkan sejak awal.⁶ Allah swt berfirman, dalam QS. Al- Maidah (5): 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا أَهْدَى وَلَا الْقَلْبَ وَلَا
ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا
تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى
الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ



Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian (mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.⁷

Ayat tersebut menjelaskan, setiap orang di perintahkan agar saling tolong-menolong diantara sesamanya. Seperti dalam praktik asuransi syariah setiap anggota yang sudah menjadi nasabah asuransi syariah berarti telah diniatkan olehnya, bahwa premi yang telah di setorkan akan menjadi dana social (tabarru'),

⁶Yudi Setiawan, "Analisa Respon Masyarakat Muslim Kota Medan Terhadap Asuransi Syariah", *Jurnal At-Tawassuth*. Vol. 1, No. 2, (2018), h. 400

⁷Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 193

yang mana dana social tersebut akan dimasukkan dalam rekening tabarru' yang digunakan untuk membantu salah satu anggota yang terkena musibah.⁸

Disamping adanya akad tabarru' dalam asuransi syariah juga didasari pada akad tijarah, akad tijarah disini dimaksudkan bahwa dalam asuransi syariah terdapat produk dengan unsur tabungan, yang mana salah satunya terdapat dana investasi hal tersebut diperuntukkan bagi nasabah yang menginginkan dananya berkembang. Dimana dalam mekanismenya, premi yang dibayarkan peserta dibagi menjadi tiga bagian, salah satunya masuk dalam rekening investasi yang nantinya peserta akan mendapatkan imbal hasil dari investasi tersebut. Selain itu, besarnya bagian dana tabungan bagi peserta tergantung dari berapa lamanya masa perjanjian dan usia dari pemegang polis.⁹

Secara global perkembangan Industri asuransi syariah masih terus berkembang dan mengalami pertumbuhan yang cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan kontribusi asuransi syariah secara global pada periode tahun 2012 sampai 2015. Gambar 1 memperlihatkan adanya peningkatan total aset perbankan syariah, jumlah sukuk outstanding, islamic fund, dan kontribusi asuransi syariah secara global. Jika dilihat secara umum masing-masing sektor industri mengalami peningkatan dimana perbankan syariah sebagai sektor yang paling mendominasi. Kemudian Sukuk yang menempati posisi kedua dan islamic fund menempati posisi ketiga. Sedangkan Asuransi syariah menempati posisi

⁸Leliya dan maya kurniasari, "Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential", Cirebon: Dosen Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, (2016), h. 4

⁹Agus Purnomo, "Analisa Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, (2017), h. 33

terakhir. Asuransi syariah secara global memang terus mengalami peningkatan namun peningkatan tersebut belum terlalu signifikan.¹⁰

Tabel 1.1

Perkembangan Asuransi Syariah secara Global

Breakdown of the Global IFSI by Sector and Region⁵ (USD billion, 2018*)

Region	Banking Assets	Shukūk Outstanding	Islamic Funds Assets	Takāful Contributions	Total	Share %
Asia	266.1	323.2	24.2	4.1	617.6	28.2%
GCC	704.8	187.9	22.7	11.7	927.1	42.3%
MENA (ex-GCC)	540.2	0.3	0.1	10.3	550.9	25.1%
Africa (ex-North)	13.2	2.5	1.5	0.01	17.2	0.8%
Others	47.1	16.5	13.1	—	76.7	3.5%
Total	1,571.3	530.4	61.5	27.7	2,190	100.00%

Sumber : IFSB 2018

Menurut Departemen PT Asuransi Syariah Takaful Keluarga, awal mula berkembangnya lembaga perasuransian dalam bentuk syariah di Indonesia terjadi diakhir tahun 1994, yang dimulai dengan didirikannya perusahaan Asuransi Tafakul Indonesia pada tanggal 25 Agustus 1994, kemudian diresmikan oleh Menkeu dengan menerbitkan SK Menkeu No.kep-385/KMK/017/1994 dengan nama PT Asuransi Takaful Keluarga. Berikut adalah table perkembangan jumlah perusahaan asuransi syariah di Indonesia 2014 sampai januari 2018:

¹⁰Mustica Bintang Sabiti, Jaenal Effendi, Tanti Novianti, “Efisiensi Asuransi Syariah Di Indonesia Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis”, *Jurnal Al- Muzara'ah*, Vol. 5, No. 1, (2017), h. 70

Tabel 1.1

**Perkembangan jumlah perusahaan asuransi syariah di Indonesia periode
2014-2018**

Keterangan	2014	2015	2016	2017	2018
Perusahaan Asuransi Jiwa dengan prinsip syariah	3	5	6	7	7
Perusahaan Asuransi Kerugian dengan Prinsip Syariah	2	3	4	5	5
Perusahaan Asuransi Jiwa yang memiliki Unit Syariah	18	19	21	23	23
Perusahaan Asuransi Kerugian yang memiliki Unit Syariah	23	25	24	25	25
Perusahaan Reasuransi dengan prinsip Syariah	0	0	1	1	1
Perusahaan Reasuransi yang memiliki Unit Syariah	3	3	2	2	2
Jumlah	49	55	58	63	63

Sumber : Statistik Perasuransian OJK (2018)

Dari table diatas, menunjukkan bahwa perkembangan perusahaan asuransi syariah di Indonesia sudah dan masih menunjukkan perkembangannya. Namun perkembangan tersebut masih relative lamban.¹¹ Ketua Umum Asosiasi Asuransi Syariah, Ahmad Sya'roni mengatakan bahwa di tahun 2018 jumlah populasi di Indonesia mencapai 265 juta jiwa. Sebanyak 230 juta jiwa diantaranya merupakan penduduk muslim. Dari angka tersebut, sekitar 85 juta jiwa merupakan usia milenial. Sementara itu, pemegang polis asuransi syariah hanya mencapai 5,6 juta jiwa hingga akhir tahun 2018 atau sekitar 2% dari total penduduk muslim. Padahal

¹¹Herry Ramadhani, "Prospek Dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah Di Indonesia", *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 1, No. 1, (2015), h. 57-66.

disisi lain Indonesia juga merupakan penerbit sukuk terbesar di dunia, dengan underlying asset sesuai syariah. Indonesia juga merupakan salah satu pengirim jamaah haji dan umrah terbesar dunia dan banyak pula lembaga keuangan yang dikonversi ke syariah. Akan tetapi, potensi pasar syariah yang besar tersebut tidak berbanding lurus dengan permintaan masyarakat akan asuransi syariah baik itu seperti premi (kontribusi bruto) maupun asset, yang terus berada pada kisaran 5-6% terhadap industri asuransi dan reasuransi.¹²

Di kota Makassar sendiri, di tahun 2018 jumlah penduduk mencapai 1,5 juta jiwa¹³ dengan total penduduk yang beragama muslim mencapai 983.006 penduduk.¹⁴ Namun Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Regional 6 Zulmi, menyebut bahwa tingkat pemahaman dan kesadaran masyarakat Makassar di tahun 2018 akan asuransi syariah masih minim hanya berkisar 15%. Kepala Otoritas Jasa Keuangan Regional 6 Sulampua, Zulmi mengungkapkan, bahwa literasi keuangan khususnya dalam hal ini Industri Keuangan Syariah Non-Bank seperti asuransi syariah masih memprihatinkan.¹⁵

¹²Azizah Nur Alfi dan Loe Dwi Jatmiko, “Perkembangan IKNB: Jalan Berliku Industri Asuransi Syariah”, dikutip dari <https://m.bisnis.com/sumatra/read/20181204/444/865958/perkembangan-iknb-jalan-berliku-industri-asuransi-syariah>, (Diakses pada tanggal 23 November 2019).

¹³Databoks, “Jumlah Penduduk Kota Makassar Mencapai 17% Penduduk Sulawesi Selatan”, dikutip dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/23/jumlah-penduduk-kota-makassar-mencapai-17-penduduk-sulawesi-selatan>, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019)

¹⁴Badan Pusat Statistik, “Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut di Provinsi Sulawesi Selatan” dikutip dari <https://sulsel.bps.go.id/dynamictable/2016/08/15/291/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-di-provinsi-sulawesi-selatan-2015.html>. (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019).

¹⁵Fakra Rauf, “OJK: Kesadaran Berasuransi Syariah di Sulsel Baru 15%”, dikutip dari <http://ekonomi.djournalist.com/read/2018/04/05/1159/ojk-kesadaran-berasuransi-syariah-di-sulsel-baru-15>. (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019).

Head of Sharia Business Prudential Ari Purnomo menjelaskan bahwa perkembangan asuransi syariah di kota Makassar dalam masa pandemic virus corona ini sangat minim. Yang mana tercatat di akhir tahun 2019 sampai memasuki januari 2020, data dari Asosiasi Asuransi Jiwa (AAJI) menunjukkan bahwa tingkat penetrasi asuransi jiwa syariah di Makassar hanya mencapai 1,2 persen dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kurangnya kesadaran masyarakat akan asuransi syariah di Makassar sehingga mendorong para agen maupun pihak perusahaan untuk terus menciptakan produk baru yang dibutuhkan oleh masyarakat di era pandemi virus corona sekarang ini. Salah satunya prudential yang mendorong literasi asuransi jiwa berbasis syariah lewat produk baru bernama PRUCinta.¹⁶

Ketua Dewan Asuransi Indonesia, Dadang Sukresna dalam insurance day di Bandung, Sabtu (17/11/2018) mengatakan, bahwa perusahaan asuransi akan terus memberikan edukasi dan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya asuransi sebagai investasi jangka panjang. Salah satu sasarannya adalah kaum milenial dengan mengadakan sosialisasi kepada para mahasiswa. Hal tersebut berhasil dilakukan dengan melaksanakan literasi asuransi tahun 2018 di 18 kota kepada 6.065 orang dan meraih rekor muri sebagai literasi asuransi kepada mahasiswa di Kota terbanyak.¹⁷

¹⁶Andini Ristyaningrum, "Prudential Dorong Literasi Asuransi Jiwa Berbasis Syariah Lewat PRUCinta", dikutip dari <https://sulawesi.bisnis.com/read/20200313/540/1213012/prudential-dorong-literasi-asuransi-jiwa-berbasis-syariah-lewat-prucinta>, (Diakses pada tanggal 13, Juni, 2020)

¹⁷Reni Susanti, "Baru 1,7 Persen Penduduk Indonesia yang Memiliki Asuransi", dikutip dari <https://amp.kompas.com/ekonomi/read/2018/11/17/200454426/baru-17-persen-penduduk-indonesia-yang-memiliki-asuransi>, (Diakses pada tanggal 19, Oktober, 2019)

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan asuransi yang berbasis syariah antara lain faktor religiusitas, produk, harga premi, pendapatan, lokasi, dan kelompok referensi.¹⁸ Religiusitas merupakan keterikatan seseorang atau individu terhadap agama yang dianutnya, dan jika seseorang atau individu tersebut telah menginternalisasikan setiap perintah dalam agamanya, maka perintah dalam agama tersebut akan mempengaruhi kehidupan sehari-harinya.¹⁹

Selain religiusitas terdapat beberapa factor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk salah satunya adalah harga²⁰. Dalam asuransi syariah, harga dapat disebut sebagai premi. dalam menentukan berapa banyak premi yang akan dibayar oleh calon nasabah maka akan ditentukan berdasarkan persentase jumlah pertanggungan, yang mana persentase tersebut memberikan gambaran penanggung akan risiko yang ditujukan kepadanya, penilaian pertanggungan berbeda-beda, karena dipengaruhi oleh adanya hukum permintaan dan penawaran.²¹ Selain harga, Menurut Sumarwan, Kelompok acuan atau kelompok referensi sebagai factor yang bisa dijadikan pertimbangan oleh masyarakat dalam memutuskan untuk mengkonsumsi tidaknya suatu jenis produk,

¹⁸Leliya dan maya kurniasari, "Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential", Cirebon: Dosen Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, (2016), h. 5

¹⁹Annisa Fitriani, "Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan Psychological Well Being", *Jurnal Al-Adyan*, Vol. XI, No. 1, (2016), h. 12

²⁰Agus Purnomo, "Analisa Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, (2017), h. 34

²¹Muhammad Heri Santoso, "Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah, Dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning", Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, (2016), h. 4.

yang mana Philip Kotler dan Kevin Lane Keller menyatakan bahwa, seseorang dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi melalui 3 cara. Pertama, mereka memperlihatkan kepada seseorang gaya hidup baru. Kedua, akan mempengaruhi seseorang dalam bersikap mengenai hal baru yang didapatnya. Ketiga, memberikan rasa nyaman kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam hal memilih suatu produk ataupun merk.²²

Adisaputro menyatakan bahwa, segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen kepada konsumen, yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka dinamakan sebagai produk. Produk dapat diartikan sebagai suatu nilai karena dapat memenuhi segala kebutuhan sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai pemakainya. Sehingga apabila suatu produk yang diperjualbelikan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka hal ini akan mempengaruhi minat tidaknya seseorang terhadap produk yang ditawarkan tersebut.²³

Asuransi syariah tak kalah dari asuransi konvensional yang menyediakan bermacam-macam produk yang dapat dibeli oleh masyarakat. Seperti misalnya terdapat produk untuk investasi, produk dana pensiun atau warisan. Namun masyarakat belum memahami produk apa saja yang dibutuhkan yang sesuai

²²Asep Suryanto, Adah Sa'adah, "Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada BMT Daarut Tauhid Bandung", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. , No. 1, (2019), h. 66

²³Santri Zulaicha, Rusda Irawati, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, (2016), h. 125-136.

dengan kondisinya. Masyarakat memerlukan adanya pedoman mengenai cara menentukan produk asuransi yang sesuai dengan kondisinya.²⁴

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menguji dan mengkaji lebih dalam permasalahan yang menjadi hambatan perkembangan industry asuransi syariah, kedalam sebuah skripsi yang berjudul:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, sehingga dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar?
2. Apakah kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar?
3. Apakah produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar?
4. Apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar?

²⁴Inayatul Ummah, "Pengaruh Financial Consultant (FC) Dan Besaran Premi Terhadap Permintaan Asuransi Fund Amani Syari'ah Di Kota Serang (Studi di Group Agency Vision Platinum PT. Zurich Topas Life (ZTL) Serang)", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 1, (2016), h. 12

C. *Hipotesis*

Hipotesis adalah dugaan ataupun jawaban sementara sehingga perlu untuk diuji keabsahannya berdasarkan fakta yang telah diperoleh dari teori yang digunakan oleh peneliti. Berdasarkan latar belakang, maka hipotesis diajukan sebagai berikut:

1. Faktor harga premi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

Harga dikelompokkan dalam beberapa istilah yaitu, tariff, premium, iuran, sewa dan lain sebagainya. Sedangkan menurut konsumen, harga merupakan tolak ukur dalam menentukan seberapa besar manfaat atau keuntungan yang didapatkan dari harga yang dipasarkan.²⁵ Menurut William J. Stanton harga dapat dikatakan sebagai besaran nilai uang yang diperlukan guna memperoleh beberapa produk dan pelayanan yang menyertainya.²⁶

Hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Intan Hidayatillah, dkk, menyatakan bahwa harga premi berpengaruh positif signifikan terhadap ketetapan nasabah dalam memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912, dengan asumsi bahwa harga harus berbanding lurus dengan manfaat yang diberikan melalui produk yang dipasarkan sehingga memberikan pengaruh yang positif bagi nasabah untuk membelinya kembali. Bagi calon nasabah, harga yang terjangkau adalah gambaran dalam menilai suatu produk semakin terjangkau harga yang diberikan

²⁵Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, 2016, h. 100

²⁶Riri Putri Utami dan Hendra Saputra, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan", *Jurnal Niagawan*, Vol. 6, No. 2, (2017), h.46

semakin mempengaruhi minat calon nasabah untuk membeli produk asuransi syariah.²⁷

Dari uraian yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan hipotesis yang akan diuji kebenarannya, sebagai berikut:

H₁ : Diduga faktor harga premi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

2. Faktor kelompok referensi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar

Menurut Kotler dan Amstrong, kelompok referensi adalah seseorang yang memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai sesuatu sehingga dijadikan sebagai suatu perbandingan dalam membentuk dan mempengaruhi perilaku atau sikap seseorang.²⁸

Menurut Sumarwan, kelompok referensi dapat mempengaruhi perilaku seseorang melalui tiga cara, yaitu 1) Memberikan gambaran mengenai perilaku dan new life style kepada individu atau masyarakat, 2) akan mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang, 3) memberikan rasa nyaman sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam hal memilih suatu produk ataupun merk.²⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Fahmirrianda Ramadhan, juga

²⁷Intan Hidayatillah, dkk. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 2015, h. 12

²⁸Awliya Afwa, "Analisis Faktor Kelompok Referensi Perilaku Konsumen Dalam Siswa Memilih Bersekolah di SMK Ibnu Taimiyah Pekanbaru", *Jurnal Valuta*, Vol. 3, No. 2, (2017), h. 227

²⁹Hendri Apriyandi, Edy Yulianto, Sunarti, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50, No. 2, (2017), h. 180-189.

menunjukkan bahwa pengaruh kelompok referensi, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan oleh nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta. Dengan asumsi bahwa kelompok referensi dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam hal memasarkan suatu produk sedang dari sisi konsumen, kelompok referensi dapat dijadikan acuan oleh konsumen dalam menentukan membeli tidaknya suatu produk yang diinginkannya.³⁰

Dari uraian yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan hipotesis yang akan diuji kebenarannya, sebagai berikut:

H₂ : Diduga faktor kelompok referensi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

3. Faktor produk berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

Produk menurut Supranto dan Limakrisna ialah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang. Sedangkan Adisaputro menyatakan bahwa Produk merupakan segala sesuatu yang dapat menjadi kebutuhan seseorang dan dapat dimanfaatkan serta diperjualbelikan ke pasar agar dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki nilai tersendiri bagi pemakainya hal ini tergantung dari seberapa terpenuhinya kebutuhan seseorang akan produk yang ditawarkan.³¹

³⁰Fahmirrianda Ramadhan, "Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Religiusitas, dan Motivasi Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Berasuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta)", Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, (2013), h.28

³¹Santri Zulaicha, Rusda Irawati, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, (2016), h. 125

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kuat ismanto bahwa produk menjadi salah suatu factor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah, dalam memilih asuransi syariah. Produk merupakan factor penentu dalam pengambilan keputusan oleh konsumen. Dengan asumsi bahwa, semakin tinggi kualitas dan manfaat suatu produk, maka akan sangat mempengaruhi minat seseorang dalam memutuskan untuk membeli tidaknya produk tersebut. Sehingga hal ini juga menandakan bahwa rasionalitas peserta asuransi akan produk tidak bisa dikesampingkan.³²

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofhian dan Sri Nur Ain Suleman, yang juga menunjukkan bahwa faktor kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Gorontalo.³³

Dari uraian yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan hipotesis yang akan diuji kebenarannya, sebagai berikut:

H₃ : Diduga faktor produk berpengaruh terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

4. Faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar

Menurut Nashori, agama merupakan suatu hal yang erat kaitannya dengan kewajiban dan aturan, sedangkan religiusitas lebih mengarah pada suatu aspek kepercayaan terhadap agama yang dijadikan sebagai pandangan hidup manusia yang telah direnungkan dalam hati dan pikiran. Sedangkan Ghufroon & Risnawati

³²Kuat Ismanto, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016), h. 25-26

³³Sofhian, Sri Nur Ain Suleman, "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Gorontalo", *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1, (2017)

menjelaskan bahwa religiusitas ada ketika seseorang menginternalisasikan dan menghayati ajaran agama yang dianutnya sehingga ajaran agama tersebut mempengaruhinya dalam bertindak dan mengambil keputusan.³⁴

Seperti penelitian yang di lakukan Kuat Ismanto, menunjukkan bahwa factor religiusitas mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk asuransi syariah, dengan asumsi bahwa produk yang berlabelkan syariah memiliki hubungan dengan tingkat kereligiusitasan seorang. Produk asuransi syariah dapat meningkat, sejalan dengan meningkatnya religiusitas peserta. Sehingga dapat dikatakan bahwa asuransi syariah dapat berkembang sesuai dengan tingkat kereligiusitasan seseorang. Tetapi kembali lagi, rasionalitas produk melekat pada keputusan pembelian itu sendiri.³⁵

Dari uraian yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan hipotesis yang akan diuji kebenarannya, sebagai berikut:

H₄ : Diduga faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

D. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dalam memahami serta mengartikan maksud dan arti dari judul skripsi ini, maka penulis memberikan penjelasan beberapa variable independen (X) yang digunakan yaitu harga premi, kelompok referensi, produk,

³⁴Sri Rahayu Widayati, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Akuntansi Syariah, Pelatihan Profesional Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Berkarir Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta)", Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, *Skripsi*, h. 13, 2017.

³⁵Kuat Ismanto, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016), h. 19

dan religiusitas. Sedangkan variable terikat atau independen (Y) adalah minat responden memilih asuransi berbasis syariah.

1. Harga Premi (X_1)

Dalam asuransi syariah, harga dapat dikatakan sebagai premi, karena premi ditentukan berdasarkan persentase jumlah pertanggungan, yang mana persentase tersebut memberikan gambaran mengenai risiko yang akan ditanggung oleh sipenanggung, masing-masing memiliki penilaian pertanggungan yang berbeda hal ini karena dipengaruhi oleh adanya hukum penawaran dan permintaan konsumen terhadap suatu produk. Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi permintaan akan suatu produk adalah harga. Sehingga premi dalam asuransi dapat dikategorikan sebagai harga.

Indikator harga yang digunakan dalam penelitian ini, didasari pada pemahaman Stanton yang membagi indikator harga menjadi tiga, yaitu: 1) keterjangkauan harga; 2) Perbedaan harga dengan merek lain; 3) Kesesuaian harga dengan kualitas.³⁶

2. Kelompok Referensi (X_2)

Kelompok referensi dapat dijadikan sebagai referensi bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli/tidaknya suatu produk, yang mana kelompok referensi adalah seseorang yang dijadikan sebagai rujukan bagi orang lain dalam berperilaku maupun bertindak.

³⁶Intan Hidayatillah, Sri Suryoko, Bulan Prabawani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang)" *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, (2015), h. 5

Menurut Blackwell, Miniard and Engel, indicator-indicator yang dapat memberikan suatu kapibilitas dari kelompok referensi yaitu: 1) Pemahaman kelompok referensi; 2) Pengalaman kelompok referensi; 3) Keaktifan kelompok referensi.³⁷

3. Produk (X_3)

Produk merupakan suatu atribut penting yang dimiliki oleh setiap perusahaan yang dapat di distribusikan ke konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsumen dalam membeli suatu produk, akan menilai dan menentukan berdasarkan seberapa bervariasi dan menariknya suatu produk. Semakin bervariasi produk yang ditawarkan maka akan memberikan persepsi yang menarik bagi konsumen untuk membeli suatu produk yang diinginkan.

Adapun indikator produk menurut David Garvin, namun penulis hanya mengambil 2 indikator produk dalam penelitian ini, yakni: 1) *Perceived quality* adalah keunggulan suatu produk yang di persepsikan konsumen. Seorang konsumen mempersepsikan kualitas suatu produk didasari pada aspek reputasi, iklan, harga, maupun negara pembuatnya; 2) *Product Adjustment* merupakan suatu penyesuaian antara produk yang ditawarkan dengan kebutuhan yang ditawarkan konsumen.³⁸

³⁷Arifatun Nisak, Saryadi, Sri Suryoko. "Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah Semarang". Jurnal, Vol. 2, No. 1 (2013), h. 2

³⁸Aditya Dwi Infantri, "Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Honda CB150R Streetfire di Surabaya", *Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No. 2, (2014), h. 295.

4. Religiusitas (X₄)

Menurut Ghufroon & Risnawati, religiusitas ada ketika seseorang menginternalisasikan dan menghayati ajaran agama yang dianutnya sehingga ajaran agama tersebut mempengaruhinya dalam bertindak dan mengambil keputusan.³⁹

Sehingga dapat dikatakan, bahwa apabila seseorang mengamalkan setiap ajaran dalam agamanya, maka segala sesuatu yang dilakukannya akan dipertimbangkan berdasarkan perintah agamanya. Termasuk ketika seseorang mengambil sebuah keputusan, maka keputusan yang akan diambilnya dipertimbangkan sesuai dengan ilmu agama yang dipahaminya.

Menurut Ancok,⁴⁰ terdapat 5 dimensi keberagamaan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kereligiusan seseorang, yaitu *Pertama* Dimensi Keyakinan, merupakan kepercayaan seseorang terhadap pandangan teologisnya dan mengakuinya sebagai suatu hal yang benar. *Kedua* Dimensi Praktik Agama, merupakan perilaku seseorang dalam menunjukkan ketaatannya terhadap agama yang dianutnya. *Ketiga* Dimensi Pengalaman, Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, yang merupakan persepsi, perasaan, dan sensasi yang didapatkan seseorang apabila melaksanakan perintah agamanya. *Keempat* Dimensi Konsekuensi, merupakan akibat yang didapat melalui keyakinan seseorang dimensi

³⁹Sri Rahayu Widayati, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Akuntansi Syariah, Pelatihan Profesional Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Berkarir Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta)", Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, *Skripsi*, h. 13, 2017.

⁴⁰Fauzan Adhim, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren", *Jurnal Ekonomi Moderasi*, Vol. 5, No. 2, (2009), h. 134

ini mengarah pada analisis akibat terhadap keyakinan seseorang akan agama yang dianutnya, praktik yang dilakukannya, pengetahuan serta pengalaman yang didapatkannya.

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Minat responden(Y)

Minat (Y) merupakan kesukaan atau ketertarikan seseorang mengenai berbagai hal yang dianggap dapat bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat dapat juga diartikan sebagai sumber motivasi.

Indicator minat yaitu: 1) Ketertarikan, seperti adanya perasaan senang akan sesuatu; 2) Keyakinan, yaitu kepercayaan individu akan kualitas produk, keuntungan dan manfaat dari produk yang dibeli; 3) Keinginan, merupakan rasa ingin memiliki mengenai suatu produk yang dipicu oleh rasa senang puas apabila memilikinya.⁴¹

E. Ruang Lingkup Penelitian

Focus penelitian ini adalah factor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah di Kota Makassar. Untuk lebih jelasnya, maka peneliti merasa perlu untuk memberikan batasan mengenai apakah factor-faktor seperti harga premi, kelompok referensi, produk, dan religiusitas sebagai variable independen mampu mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di kota Makassar.

⁴¹Nisa Ul Hikmah, “Analisis Tingkat Pemahaman Dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banda Aceh)”, Banda Aceh: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, *Skripsi*, (2018), h. 22

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, dipaparkan juga beberapa kajian pustaka atau hasil penelitian terdahulu agar dapat memudahkan para peneliti dalam memecahkan suatu masalah yang dibahas dalam penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Intan Hidayatillah, Sri Suryono, dan Bulan Prabawani dengan judul penelitian “Pengaruh kualitas pelayanan, reputasi, dan harga premi asuransi terhadap keputusan pemegang polis dalam memilih asuransi jiwa bersama bumiputera 1912 (studi kasus pasa asuransi jiwa bersama bumiputera 1912 kantor cabang askum semarang) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, reputasi dan harga premi secara parsial dan simultan mempengaruhi keputusan pembelian.⁴²

Penelitian yang dilakukan Kuat Ismanto, dengan judul penelitian “Factor-factor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk asuransi syariah di pekalongan” menunjukkan bahwa factor religiusitas mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk asuransi syariah, dengan asumsi bahwa sesuatu yang berlabelkan syariah erat kaitannya dengan kesalehan individu. Produk asuransi syariah akan berkembang, apabila seseorang memiliki tingkat relijiusitas yang tinggi. Sehingga, terdapat potensi berkembangnya asuransi syariah apabila di pasaran oleh individu yang mempunyai tingkat

⁴²Intan Hidayatillah, Sri Suryoko, Bulan Prabawani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang)” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, (2015), h. 5

kesalehan yang tinggi.⁴³

Penelitian yang dilakukan Sofhian dan Sri Nur Ain Suleman, dengan judul penelitian “pengaruh kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah di PT. Prudential Life Assurance cabang kota gorontalo” menunjukkan bahwa faktor kualitas produk dan religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Gorontalo.⁴⁴

Penelitian yang dilakukan Fahmirrianda Ramadhan, dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Religiusitas dan Motivasi Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Berasuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta)” menunjukkan bahwa pengaruh kelompok referensi, religiusitas, dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan oleh nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta.⁴⁵

Dalam penelitian ini, terdapat kesamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti tentang factor yang dapat mempengaruhi seorang dalam memutuskan untuk menjadi nasabah asuransi berbasis syariah dengan

⁴³Kuat Ismanto, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan”, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016), h. 19

⁴⁴Sofhian, Sri Nur Ain Suleman, “Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Gorontalo”, *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1, (2017)

⁴⁵Fahmirrianda Ramadhan, “Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Religiusitas, dan Motivasi Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Berasuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta)”, Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, (2013)

menggunakan harga premi, produk, kelompok referensi dan religiusitas sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian yang dilakukan sebelumnya, yaitu pada objek penelitian, yang mana pada penelitian ini, objek penelitian dilakukan di Kota Makassar.

G. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut: ‘

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga premi terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.
- c. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.
- d. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

2. Kegunaan Penelitian

a. Penulis

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, sehingga hal ini dapat berguna untuk kegiatan akademis dan non akademis penulis.

b. Praktisi

Menjadi acuan bagi pihak Asuransi Syariah dalam menjalankan pemasarannya dengan harapan dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan mengenai

faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Serta diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi bagi masyarakat dan tenaga pemasar dalam hal ini para agen asuransi syariah.

c. Pihak-pihak lain

Penelitian ini berguna sebagai bahan rujukan bagi berbagai pihak untuk mengetahui berpengaruh tidaknya ke-empat variable yang digunakan dalam penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. *Risiko Dalam Islam*

Terdapat beberapa definisi mengenai arti kata risiko. yang mana secara umum, pengertian risiko selalu dikaitkan dengan kemungkinan akan terjadinya sesuatu yang buruk dan merugikan. Ada yang mendefinisikan resiko sebagai peluang kerugian. Ada juga yang mendefenisikan risiko sebagai kemungkinan kerugian. Dan ada pula yang mendefinisikannya dengan ketidakpastian. Walaupun dari arti kata tersebut terdapa perbedaan definisi, namun, kebanyakan tokoh sepakat bahwa risiko erat kaitannya dengan suatu hal yan buruk yan mungkin akan terjadi dikemudian hari. Dengan kata lain, kemungkinan merupakan suatu hal yang tidak pasti. Sedangkan sesuatu yang tidak pasti merupakan kondisi yang akan memicu terjadinya risiko.⁴⁶

Menurut Wikipedia, risiko adalah suatu akibat buruk yang mungkin akan terjadi sekarang ataupun dimasa yang akan datang. Sedangkan dalam asuransi, risiko adalah ketidakpastian suatu keadaan, sehingga apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka akan menimbulkan suatu kerugian.⁴⁷

Dalam Islam tidak seorang pun makhluk ciptaan Allah yang tahu tentang suatu hal yang akan menimpa dirinya dimasa yang akann datang, walaupun dengan menggunakan alat canggih dengan metode apapun. Karena segala sesuatu

⁴⁶Afdawaiza, "Uncertainty (Ketidakpastian) dan Antisipasinya Dalam Perspektif Keuangan Islam", *Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 45, No. 2, (2011), h. 1453-1454

⁴⁷Wikipedia, "Risiko", dikutip dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Risiko>, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019)

yang akan terjadi dimasa depan pada dasarnya penuh dengan ketidakpastian yang tentunya diikuti dengan berbagai risiko didalamnya.⁴⁸

Allah SWT berfirman dalam QS Al- A'raf (7): 34

وَلِكُلِّ أُمَّةٍ أَجَلٌ فَإِذَا جَاءَ أَجْلُهُمْ لَا يَسْتَأْخِرُونَ سَاعَةً وَلَا يَسْتَقْدِمُونَ

Terjemahnya:

Dan setiap umat mempunyai ajal (batas waktu). Apabila ajalnya tiba, mereka tidak dapat meminta penundaan atau percepatan sesaat pun.⁴⁹

Risiko dapat dibedakan menjadi beberapa bagian:⁵⁰

1. Risiko yang terjadi tanpa adanya kesengajaan, seperti pencurian, penggalapan, pengacauan, kebakaran, dan sebagainya.
2. Risiko yang terjadi akibat kesengajaan sehingga terjadi ketidakpastian guna mendapatkan suatu keuntungan. Contohnya risiko perjudian, utang piutang, dan yang semisal.
3. Risiko khusus adalah sesuatu yang dapat dengan mudah diketahui penyebabnya. Contohnya tabrakan, jatuhnya pesawat, kapal kandas dan sebagainya.
4. Risiko yang terjadi akibat berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan. Contohnya hari tua dan kematian.

⁴⁸Nurma Sari, "Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah", *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, (2017), h. 60

⁴⁹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 282

⁵⁰Asep Dadan Suganda, "Mengurangi Tingkat Risiko Dengan Manajemen Islami", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 2, (2015), h. 3-4

5. Risiko yang terjadi bukan karena kehendak manusia dan akan banyak orang yang menderita. Contohnya bencana tsunami, angin topan, banjir, dan sebagainya.

Terdapat beberapa ayat dalam Al-Qur'an yang menceritakan mengenai risiko melalui kisah Nabi Yusuf a.s yang telah dituliskan dalam Al-Qur'an sekitar 14 abad yang lalu.⁵¹

Allah SWT berfirman QS. Yusuf (12): 43

وَقَالَ الْمَلِكُ إِنِّي أَرَى سَبْعَ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ وَسَبْعَ سُنبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَاتٍ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي رَأْيِي إِن كُنْتُمْ لِلرُّءْيَا تَعْبُرُونَ ﴿٤٣﴾

Terjemahnya:

Raja berkata (kepada orang-orang terkemuka dari kaumnya), sesungguhnya aku bermimpi melihat tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan tujuh bulir lainnya yang lainnya kering. Hai orang-orang yang terkemuka, terangkanlah kepadaku tentang takwil mimpiku itu, jika kamu dapat menakwilkan mimpi.⁵²

Adapun jawaban Nabi Yusuf a.s. dalam firman Allah swt QS. Yusuf (12):

47-49

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ﴿٤٧﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ هُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَحْصِنُونَ ﴿٤٨﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْرِصُونَ ﴿٤٩﴾

⁵¹Trimulato, "Manajemen Risiko Berbasis Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, Vol. 1, No. 1, (2017), h. 97

⁵²Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 445

Terjemahnya:

Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan. Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur."⁵³

Dari kisah nabi Yusuf diatas, dapat diketahui bahwasannya manusia menginginkan adanya suatu kepastian, bukan kemungkinan. Dan dalam kehidupan ini hanya terdapat suatu dzat yang maha pasti, yaitu Allah swt. Apabila seseorang berjuang agar mendapatkan suatu hal yang pasti maka sesungguhnya mereka berada di jalan Allah swt. Karena hanya Allah swt yang pasti, mutlak, stabil, dan tetap.⁵⁴

Pada ayat lain juga dijelaskan pertimbangan yang penting yang berkenaan dengan pengendalian risiko, antara lain: QS. Al-Luqman (31): 34

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنَزِّلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ
مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿٣٤﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari Kiamat; dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. dan tiada seorangpun

⁵³Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 446

⁵⁴Supriyo, "Manajemen Risiko Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol. 5, No. 1, (2017), h. 140

yang dapat mengetahui di bumi mana Dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.⁵⁵

Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan diatas, maka kesimpulannya adalah tidak satupun manusia yang tidak pernah berhadapan dengan malapetakan maupun bencana yang memberikan dampak kerugian dalam hidupnya. Sehingga tidak ada yang dapat dilakukan oleh seorang muslim kecuali berserah diri kepada Allah dengan meyakini bahwa peristiwa terjadi karena teguran, cobaan, maupun azab dari Allah. Segala sesuatunya didasarkan kembali pada qada dan qadar Allah yang berlaku bagi seluruh makhluk-Nya. Sehingga manusia dalam menghadapi segala risiko tersebut hendaknya diiringi dengan doa dan ikhtiyar sehingga apabila terdapat musibah maka dapat di minimalisir dampak buruknya. Dimasa mendatang risiko dapat berupa sakit, kecelakaan, sampai pada kematian. Risiko dalam hal bisnis, dapat berupa kerugian akibat kerusakan, kebakaran, kehilangan maupun dampak-dampak buruk lainnya.⁵⁶ Oleh sebab itu, resiko harus ditanggulangi dari sekarang agar tidak menimbulkan suatu hal yang lebih besar lagi dikemudian hari.⁵⁷

Untuk dapat mengurangi dan mengendalikan risiko yang mungkin akan terjadi dikemudian hari, manusia dapat mempersiapkan segala sesuatunya lebih awal agar dapat meminimalisir dampak yang lebih besar dimasa mendatang. Di zaman sekarang ini, ada beberapa cara yang bisa dilakukan yaitu adalah asuransi.

⁵⁵Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 813

⁵⁶Muh Fudhail Rahman, "Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Al-'Adalah*, Vol. 5, Np. 1, (2011), h. 25

⁵⁷Nurma Sari, "Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah", *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, (2017), h. 60

Manfaat dan peran lembaga asuransi menjadi topik menarik untuk dibahas karena perasuransian merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki kompetensi dalam hal pengalihan resiko dari pihak tertanggung kepada pihak penanggung.⁵⁸

Prinsip dasar asuransi syariah adalah tabarru' saling menolong dan saling menjaga atas dasar ukhuwah islamiyah antar seluruh peserta yang tergabung dalam asuransi syaria. Asuransi syariah dalam pelaksanaan kegiatannya menerapkan sistem sharing of risk dan juga menggunakan sumbangan, dana tabarru, atau dana hibah. Asuransi syariah dalam hal ini menggunakan akad tabarru' (tolong menolong) dan tijarah yang terdiri dari, wakalah, mudharabah, wadiah dan syirkah yang tidak bertentangan dengan aturan syari'.⁵⁹

B. Teori Maqashid Syariah

Secara etimologi, maqashid syariah adalah penggambungan dari kata al-maqashid dan al-syarifah. Maqashid adalah bentuk masdar dari qashd, maqshud, qushud atau maqshd merupakan akar kata dari qashada yaqshudu, yang memiliki beberapa arti seperti jalan lurus, menuju suatu arah, tidak melampaui batas, adil, tengah-tengah antara kekurangan dan berlebih-lebihan. Sedangkan secara etimologi, Syarifah bermakna jalan menuju mata air, yang juga diartikan sebagai jalan kearah sumber pokok kehidupan. Sehingga disimpulkan bahwa maqashid syariah adalah suatu makna dan nilai yang hendak direalisasikan dan dijadikan

⁵⁸Nurma Sari, "Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah", *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, (2017), h. 61

⁵⁹Intan Ayu Nur Wegayanti, *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*, Skripsi, h. 41.

sebagai tujuan oleh Allah swt disamping adanya hokum dan syariat, yang diteliti ulama mujtahid dari teks-teks syariah.⁶⁰

Maqashid Syariah dapat juga diartikan sebagai kemaslahatan umat manusia. Kemaslahatan merupakan sesuatu yang berkaitan pada pemenuhan penghidupan manusia, rizki manusia, dan segala hal yang menyangkut tentang kualitas emosional dan intelektualnya. Oleh sebab itu maqashid syariah yang notabene sangat erat kaitannya dengan prinsip kemaslahatan, maka merupakan suatu kewajiban bagi manusia untuk melindunginya dan untuk melindunginya tersebut maka segala sesuatu yang secara aktual maupun potensial dapat merusak masalah harus dilenyapkan. Syatibi menyatakan bahwa tidak ada satupun hokum yang dibuat Allah tidak ada tujuannya sehingga apabila hokum yang dibuat tidak memiliki tujuan, itu artinya kita di bebaskan sesuatu yang tidak dapat dilaksanakan.⁶¹

Sebelum menjelaskan tentang maqashid syariah, Syathibi menjelaskan lebih dahulu mengenai ta'lil al-syar'iah yaitu illat disyariahkannya hukum. Menurut Syatibi, Allah menetapkan suatu hokum tidak lain hanyalah untuk kemashlahatan manusia hidup didunia maupun di akhirat. Ta'lil, berlaku pada semua hukum secara terperinci. Sesuatu yan dibuktikan karena adanya teks-teks

⁶⁰Moh Toriquddin, "Teori Maqashid Syari'ah Perspektif Al-Syatibi", *Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 6, No. 1, (2014), h. 33.

⁶¹Ririn Tri Puspita Ningrum, "Pemikiran Asy-Syatibi Tentang Maqashid Syari'ah Dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Modern", *Jurnal Studi Agama*, Vol. 2, No. 2, 2014, h. 147.

menenai illat disyariatkannya hukum baik secara global maupun parsial.⁶² Contoh ta'lil secara global adalah firman Allah dalam QS al-Anbiya (21) : 107

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴿١٠٧﴾

Terjemahnya:

Dan Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.⁶³

QS al-Maidah (5): 6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قُمْتُمْ إِلَى الصَّلَاةِ فَاغْسِلُوا وُجُوهَكُمْ وَأَيْدِيَكُمْ إِلَى الْمَرَافِقِ وَامْسَحُوا بِرُءُوسِكُمْ وَأَرْجُلَكُمْ إِلَى الْكَعْبَيْنِ ۚ وَإِنْ كُنْتُمْ جُنُبًا فَاطَّهَّرُوا ۚ وَإِنْ كُنْتُمْ مَرْضَىٰ أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ أَوْ جَاءَ أَحَدٌ مِّنْكُمْ مِنَ الْغَايِطِ أَوْ لَمَسْتُمُ النِّسَاءَ فَلَمْ تَجِدُوا مَاءً فَتَيَمَّمُوا صَعِيدًا طَيِّبًا فَامْسَحُوا بِوُجُوهِكُمْ وَأَيْدِيكُمْ مِنْهُ ۚ مَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيَجْعَلَ عَلَيْكُمْ مِنْ حَرَجٍ وَلَٰكِنْ يُرِيدُ لِيُطَهِّرَكُمْ وَلِيُتِمَّ نِعْمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٦﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu hendak mengerjakan shalat, Maka basuhlah mukamu dan tanganmu sampai dengan siku, dan sapulah kepalamu dan (basuh) kakimu sampai dengan kedua mata kaki, dan jika kamu junub Maka mandilah, dan jika kamu sakit atau dalam perjalanan

⁶²Moh Toriquddin, "Teori Maqashid Syari'ah Perspektif Al-Syatibi", *Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 6, No. 1, (2014), h. 35

⁶³Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 629

atau kembali dari tempat buang air (kakus) atau menyentuh perempuan, lalu kamu tidak memperoleh air, Maka bertayammumlah dengan tanah yang baik (bersih); sapulah mukamu dan tanganmu dengan tanah itu. Allah tidak hendak menyulitkan kamu, tetapi Dia hendak membersihkan kamu dan menyempurnakan nikmat-Nya bagimu, supaya kamu bersyukur.⁶⁴

Oleh sebab itu, maka maqashid syariah tidak hanya sekedar media untuk melengkapi dan mematangkan ijtihad, namun lebih dari itu, dengan memperluas jangkuan ijtihad dan memberi ruang bagi tiap orang agar dapat memahami kehidupan dengan fluktuasi dan kompleksitasnya. Karena ketika teks-teks agama hanya diambil makna literal dan lahiriahnya, maka akan menjadi sempit dan pemahaman akan menjadi sedikit. Namun jika dipahami dengan illat dan tujuannya, maka akan sangat membantu dalam penerapan analogi dan memberlakukan hukum sesuai dengan ciri alamiahnya dalam mewujudkan tujuan-tujuan Syari' dengan cara menghindari terjadinya kerusakan dan mencari kemanfaatannya.⁶⁵

Di era sekarang ini, ilmu tentang maqashid syariah sangat diperlukan sebagai acuan dalam mengatasi berbagai permasalahan khususnya dalam dibidang ekonomi yang tidak hanya digunakan dalam kebijakan ekonomi makro seperti fiskal, keuangan publik, moneter, tetapi digunakan juga dalam merumuskan mengenai beberapa teori yang terdapat dalam ekonomi mikro misalnya lembaga-lembaga keuangan syariah, membuat regulasi pada setiap lembaga lembaga keuangan baik perbankan ataupun non bank seperti asuransi syariah. Namun

⁶⁴Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 195.

⁶⁵Ririn Tri Puspita Ningrum, "Asuransi Syariah (Analisa Historis Prinsip-prinsip Asuransi Syari'ah Perspektif Manhaj Al-Kully)", *Jurnal Studi Agama*, Vol. 1, No. 1, 2013, h. 148.

maqasid syari'ah lebih daripada itu, merupakan dimensi yang dapat memberikan suatu hal yang rasional dan filosofis tentang produk-produk ekonomi islam yang hadir karena adanya ijtihad ulama kontemporer.⁶⁶

Pada prinsipnya tujuan didirikannya suatu hukum islam adalah untuk mewujudkan (masalah) kemaslahatan bagi manusia. Sedangkan untuk mewujudkan masalah yaitu melalui perlindungan terhadap lima aspek al-Kuliyah al-khamsah yaitu terdiri dari: perlindungan terhadap jiwa, agama, keturunan, akal, dan harta. Untuk menjaga kelima aspek tersebut dapat dilakukan melalui dua cara: 1) Min nahiyati al-wujud (dari segi keberadaannya), yaitu memelihara dan menjaga hal-hal yang dapat melanggengkan keberadaannya; 2) Min nahiyat al-adam (dari segi tidak adanya), yaitu dengan cara mencegah hal-hal yang menyebabkan ketiadaannya.⁶⁷

Ketidakmampuan system ekonomi ribawi yang telah membawa dampak buruk bagi suatu perekonomian sehingga menjadikan asuransi syariah sebagai salah satu solusi atas permasalahan tersebut. Tujuan utama dari adanya asuransi syariah tidak lain adalah untuk mewujudkan kesejahteraan manusia disunia maupun diakhirat dengan menerapkan prinsip tabarru' (tolong menolong). Berangkat dari adanya tujuan tersebut sehingga asuransi syariah menjadikan

⁶⁶Moh Nasuka, "Maqasid Syari'ah Sebagai Dasar Pengembangan Sistem, Praktik, Dan Produk Pebankan Syariah", *Jurnal Syari'ah dan Hukum Diktum*, Vol. 15, No. 1, 2017, h. 2.

⁶⁷Nilda Susilawati, "Stratifikasi Al-Maqasid Al-Khamsah dan Penerapannya Dalam Al-Dharuriyat, Al-Hajjiyat, Al-Tahsiniyyat", *Jurnal MIZANI*, Vol. 11, No. 1, 2013, 2016, h. 6

maqashid syariah sebagai sandaran utama dalam meng-operasionalkan yang terdapat dalam asuransi syariah.⁶⁸

Maka berikut penjelasan mengenai perlindungan asuransi terhadap lima aspek dalam maqasid secara rinci :⁶⁹

a. Perlindungan terhadap Agama dalam Asuransi Syariah (Hifdz Ad-Din)

Manusia diciptakan pada dasarnya adalah untuk beriman kepada Allah dan menjalankan rukun islam yang telah ditetapkan Allah yaitu membaca dua kalimat syahadat, menjalankan ibadah shalat, bayar zakat, naik haji bagi yang mampu, serta menjalankan ibadah puasa. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS Az-Zariyat (51): 56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Terjemahnya:

Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.⁷⁰

Penerapan hifdz ad-din pada asuransi syariah yaitu membantu pengelolaan risiko bagi jamaah yang ingin menjalankan ibadah haji. Hal ini sesuai fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) No 39/DSN-MUI/X/2002 tentang asuransi haji.⁷¹

⁶⁸Intan Ayu Nur Wegayanti, "Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta", Yogyakarta: Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Skripsi*, 2018, h. 39.

⁶⁹Intan Ayu Nur Wegayanti, *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*, Skripsi, h. 41.

⁷⁰Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 1051.

⁷¹Syifa Alkarimah, 2018, "Implementasi Maqashid Syariah pada Asuransi Syariah," <https://www.dakwatuna.com/2018/05/23/92588/implementasi-maqashid-syariah-pada-asuransi-syariah/amp/>, Diakses pada 19 Oktober 2019.

b. Perlindungan terhadap Jiwa dalam Asuransi Syariah

Usaha asuransi syariah dalam aspek perlindungan kemaslahatan jiwa terletak pada hal-hal yang menyebabkan terancamnya jiwa, kerusakan anggota badan yang menyebabkan kecacatan ataupun kematian seseorang. Peranan asuransi pada kemaslahatan jiwa ini lebih ditekankan pada aspek pencegahan.⁷²

Penerapan Hifdz An-Nafs dalam asuransi syariah oleh masyarakat sudah lazim diketahui yaitu memelihara jiwa dari hal-hal yang dapat berisiko bagi dirinya seperti kecelakaan dan kematian.⁷³

c. Perlindungan terhadap Akal dalam Asuransi Syariah

Dalam aspek perlindungan terhadap akal atau salah satu contohnya adalah larangan Allah untuk minum-minuman keras atau minuman beralkohol. Dalam Al-Qur'an sering kali disebutkan ayat-ayat yang menegaskan tentang akal manusia,⁷⁴ diantaranya pada surat Al-Ankabut (29): 34-35.

إِنَّا مُنْزِلُونَ عَلَىٰ أَهْلِ هَذِهِ الْقَرْيَةِ رِجْزًا مِّنَ السَّمَاءِ بِمَا كَانُوا يَفْسُقُونَ
وَلَقَدْ تَرَكْنَا مِنْهَا آيَةً بَيِّنَةً لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

Terjemahnya:

UNIVERSITAS ISLAM TERBARI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

⁷²Intan Ayu Nur Wegayanti, *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*, Skripsi, h. 42.

⁷³Syifa Alkarimah, "Implementasi Maqashid Syariah pada Asuransi Syariah," dikutip dari <https://www.dakwatuna.com/2018/05/23/92588/implementasi-maqashid-syariah-pada-asuransi-syariah/amp/>, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019)

⁷⁴Intan Ayu Nur Wegayanti, *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*, Skripsi, h. 42.

Sesungguhnya Kami akan menurunkan azab dari langit atas penduduk kota ini karena mereka berbuat fasik. Dan Sesungguhnya Kami tinggalkan daripadanya satu tanda yang nyata bagi orang-orang yang berakal.⁷⁵

Terpeliharanya hal-hal yang dapat merusak akal sehingga dapat berfungsi sebagaimana mestinya merupakan nilai dari adanya kemaslahatan. Walaupun pada dasarnya asuransi tidak secara spesifik melindungi kemaslahatan akal, namun asuransi dapat membantu seseorang dalam menjaga akal dari kerusakan akal. Bentuk perlindungan asuransi syariah terhadap akal adalah aspek perwujudan. Cara yang dapat dilakukan manusia dalam menjaga akal agar terhindar dari kerusakan yaitu melalui pengajaran dengan menuntut ilmu disekolah ataupun diperguruan tinggi. Pada umumnya seorang siswa mendapatkan biaya dari orang tuanya atau walinya, akan tetapi karena suatu hal, mungkin meninggal, atau hal lain sehingga orang tua tersebut tidak mampu membiayai putra-putrinya sebagaimana mestinya. Kondisi ini tentu menghambat seseorang untuk mencapai keinginannya yaitu melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya, dengan demikian akal tidak berkembang dengan baik. Disinilah letak asuransi memainkan perannya sebagai penyangga dana pendidikan.⁷⁶

d. Perlindungan terhadap Keturunan dalam Asuransi Syariah

Keturunan merupakan bagian dari masalah dharuriyah yang harus dilindungi. Asuransi dirancang untuk melindungi manusia dari risiko-risiko yang kemungkinan datang di kemudian hari. Pada dasarnya asuransi merupakan salah satu cara untuk melindungi keturunan dari kepunahan. Peranan asuransi pada

⁷⁵Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 785-786

⁷⁶Intan Ayu Nur Wegayanti, *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*, Skripsi, h. 42-43

kemaslahatan keturunan ini lebih ditekankan pada segi adanya (min nahiyyati al-wujud) yaitu mewujudkan kemaslahatan ahli waris atau keluarga yang ditinggal.⁷⁷

Dengan ikut progam asuransi maka keluarga yang ditinggalkan dapat melanjutkan pendidikannya dan melanjutkan kehidupan dengan kondisi ekonomi yang layak.⁷⁸ Hal ini selaras dengan perintah Allah untuk tidak meninggalkan keturunan dalam keadaan miskin dan kelaparan dalam surat An-Nisa(4) :9

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Terjemahnya:

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.⁷⁹

e. Perlindungan terhadap Harta dalam Asuransi Syariah

Harta merupakan sesuatu yang harus dilindungi oleh syariah. Segala sesuatu yang berhubungan dengan harta pada umumnya dibahas dalam muamalah, seperti halnya penghalalan jual beli, pengharaman riba, gharar, dan maysir.⁸⁰

⁷⁷Intan Ayu Nur Wegayanti, *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*, Skripsi, h. 43

⁷⁸Syifa Alkarimah, "Implementasi Maqashid Syariah pada Asuransi Syariah," dikutip dari <https://www.dakwatuna.com/2018/05/23/92588/implementasi-maqashid-syariah-pada-asuransi-syariah/amp/>, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019)

⁷⁹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 142

⁸⁰Intan Ayu Nur Wegayanti, *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*, Skripsi, h. 41.

Memelihara harta dalam hal ini asuransi syariah yaitu salah satunya dana yang dititipkan oleh peserta akan dikelola oleh perusahaan asuransi hasilnya akan dibagi sesuai kesepakatan sesuai dengan syariah.⁸¹

C. *Minat*

Minat menurut bahasa adalah perhatian dan kecenderungan hati akan suatu keinginan. Sedangkan secara terminology minat adalah suatu perangkat mental yang mengarahkan individu dalam menentukan suatu pilihan yang didasari suatu campuran yang terdiri dari perasaan, prasangka, pendirian, harapan ataupun kecenderungan lain yang dapat mempengaruhi sikap seseorang akan sesuatu. Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang akan suatu hal yang dapat menarik perhatian seseorang disertai perasaan senang.⁸²

McCarthy dan Perreault mendefinisikan minat dengan keinginan seseorang akan sesuatu yang terkondisikan selama mereka hidup. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan kuat seseorang akan sesuatu untuk mendapatkan tujuan yang diinginkannya melalui beberapa evaluasi alternative sehingga hasil dari evaluasi tersebut akan dipilih sesuai objek yang diminatinya.⁸³

⁸¹Syifa Alkarimah, 2018, "Implementasi Maqashid Syariah pada Asuransi Syariah," <https://www.dakwatuna.com/2018/05/23/92588/implementasi-maqashid-syariah-pada-asuransi-syariah/amp/>, Diakses pada 19 Oktober 2019.

⁸²Dwi Ana Ratna Utami, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah", Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, 2017, h. 22.

⁸³Dedi Yulianto, "Strategi Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Lampung", Lampung: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, *Skripsi*, 2018, h. 29.

Minat timbul akibat adanya pengaruh dari lingkungan masyarakat namun dapat juga dipengaruhi oleh individu itu sendiri. Crow & Crow, menyatakan bahwa terdapat 3 faktor utama yang mempengaruhi minat yaitu:⁸⁴

1. Faktor dorongan dari dalam individu, contohnya seperti ketika perut kenyang maka akan mendorong seseorang lebih giat untuk bekerja agar mencapai penghasilan. Keinginan seseorang akan sesuatu dapat mempengaruhi seseorang dalam menuntut ilmu, belajar, membaca, melakukan penelitian, dan sebagainya
2. Faktor motivasi sosial, adalah salah satu faktor yang dapat mendorong minat manusia dalam melakukan suatu aktivitas. Misalnya minat terhadap barang-barang branded yang timbul karena ingin mendapat perhatian dari orang lain. Minat untuk menuntut ilmu agar orang lain menghargainya.
3. Faktor emosional atau perasaan. Minat erat kaitannya dengan emosi. Ketika seseorang mendapat suatu penghargaan akan sesuatu yang telah dilakukannya, maka akan menimbulkan rasa senang yang dapat memperkuat rasa minat seseorang terhadap aktivitas yang dilakukannya tersebut.

Menurut Wells dan Prensky, minat terbentuk melalui proses antara faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah keyakinan seseorang dalam bertindak yang kemudian mengarahkannya ke tujuan yang diinginkan dan mengevaluasi hasil yang telah diperoleh. Faktor eksternal adalah norma yang bersifat subjektif dan terbentuk karena adanya kepercayaan terhadap kelompok

⁸⁴Dwi Ana Ratna Utami, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah", Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, 2017, h. 23.

referensi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat terbentuk dari adanya perpaduan internal untuk meyakini bahwa perilaku seseorang akan berpengaruh dalam mencapai esuatu yang diinginkan sedangkan eksternal berasal dari kepercayaan seseorang terhadap kelompok referensi.⁸⁵

D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen dalam Memilih Produk

1. Faktor Harga

Menurut Tjiptono, harga adalah suatu komponen yang memiliki pengaruh dalam menciptakan keuntungan (laba) dalam suatu organisasi atau perusahaan. Harga dapat dikategorikan dengan tariff, premium, sewa, iuran dan lain sebagainya. Bagi suatu perusahaan harga adalah unsur bauran pemasaran yang dapat menjadikan pendapatan dan pemasukan menjadi lebih fleksibel, sehingga harga dapat berubah dalam suatu kondisi tertentu. Sedangkan dari sisi konsumen harga seringkali dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai seberapa besar manfaat yang didapatkan dari harga yang telah ditetapkan.⁸⁶

Ibnu Taimiyyah mendefinisikan bahwa harga harus setara. Maksudnya adalah, bahwa dalam penetapan harga harus terjadi kesepadanan antara harga yang ditetapkan dengan manfaat yang diperoleh. Sasaran utama dari harga yang

⁸⁵Dedi Yulianto, "Strategi Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Lampung", Lampung: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, *Skripsi*, 2018, h. 30.

⁸⁶Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, (2016), h. 100.

adil atau setara yaitu dengan menjaga keadilan dalam melakukan transaksi antara penjual dan pembeli serta hubungan-hubungan lain dalam suatu masyarakat.⁸⁷

Teori yang digunakan dalam variable ini adalah teori harga menurut Ibnu Taimiyah. Yang mana harga menurut Ibnu Taimiyah yaitu dapat memberikan keuntungan timbal balik dimana produsen mendapatkan laba atau keuntungan yang normal dan konsumen mendapatkan manfaat yang setara dengan harga yang dibayarnya sehingga dapat menghindari terjadinya penindasan atau eksploitasi yang dapat memberikan keuntungan salah satu pihak dan merugikan pihak lain. Ibn Taimiyyah menghendaki Keadilan dalam bertransaksi yang berhubungan dengan prinsip *la dharar*, yakni mencegah timbulnya perselisihan dan kezaliman antara penjual dan pembeli agar tidak melukai dan tidak merugikan kedua belah pihak.⁸⁸ Sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-A'raf (7): 85

وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۖ قَالَ يَبْقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ ۖ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ مُّؤْمِنِينَ

Terjemahnya:

Dan (Kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada

⁸⁷Mubarroh Azizah, "Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah Dalam Perspektif Islam", *Jurnal UNISA*, Vol. XXXIV, No. 76, h. 78, 2012.

⁸⁸Euis Amalia, "Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. 5, No.1, h. 7, 2013.

Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman".⁸⁹

Dalam asuransi syariah, harga dapat dikategorikan sebagai premi. yang mana, premi dalam asuransi merupakan kewajiban dari para peserta asuransi dimana nantinya premi tersebut akan digunakan sebagai ganti rugi atas kerugian yang diderita peserta asuransi.⁹⁰ Besarnya harga premi ditentukan berdasarkan presentase jumlah pertanggungan, yang mana presentase tersebut memberikan gambaran penilaian penanggung akan risiko yang ditanggungnya, penilaian pertanggungan berbeda-beda karena dipengaruhi oleh hukum permintaan dan penawaran. Terdapat factor yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen akan suatu produk adalah harga atau premi. Sehingga dalam hal besaran premi dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berasuransi syariah.⁹¹

Dalam asuransi syariah, premi merupakan kewajiban bagi nasabah yang terdiri dari dana tabarru' dan tabungan. Dana tabungan merupakan dana yang dititipkan oleh peserta asuransi syariah yang ikut serta dalam investasi yang diterapkan oleh pihak perusahaan dan akan mendapat alokasi bagi hasil yang didapat setiap tahunnya dari keikutsertaannya dalam investasi tersebut. Jika salah

⁸⁹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 161

⁹⁰Agus Purnomo, "Analisis Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, 2017, h. 33

⁹¹Muhammad Heri Santoso, "Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah, Dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning", Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, 2016, h. 4.

satu peserta mengajukan klaim manfaat asuransi ataupun klaim nilai tunai, maka dana tabungan beserta alokasinya akan diberikan kepada nasabah yang menderita kerugian. Sedangkan, *tabarru'* adalah dana hibah yang telah diikhhlaskan dan diberikan kepada seluruh peserta asuransi, sehingga apabila terdapat salah satu anggota yang terkena musibah (klaim), maka dana *tabarru'* yang telah dikumpulkan tersebut akan dipergunakan untuk membantu anggota yang terkena musibah.⁹²

Menurut Ali dalam menetapkan harga premi pada asuransi syariah juga dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip yang menjadi acuan dalam menetapkan tarif premi yang disebut *ratemaking*, yaitu menghitung kontribusi setiap pemegang polis. Untuk itu terdapat prinsip-prinsip dasar dalam menetapkan tariff premi yaitu:⁹³

- a. Tarif premi memadai
- b. Tarif premi tidak bersifat diskriminatif
- c. Tarif premi yang digunakan tidak berlebih-lebihan
- d. Tarif premi yang digunakan layak atau fleksible
- e. Tarif premi yang digunakan hendaknya dapat mencegah timbulnya kerugian bagi pihak konsumen dan perusahaan.

⁹²Arti Damisa, "Asuransi Dalam Perspektif Syariah", *Jurnal At-Tijarah*, Vol. 2, No. 2, h. 172, 2016.

⁹³Muhammad Heri Santoso, "Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah, Dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning", Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, (2016), h. 36.

2. Kelompok Referensi

Menurut Suryani kelompok secara umum didefinisikan sebagai hubungan interaksi antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan yang sama. Menurut Peter dan Olson individu tidak hanya terlibat dalam satu kelompok saja. Seorang konsumen mungkin saja dapat terlibat lebih dari satu kelompok, dari beberapa kelompok lainnya, terdapat satu kelompok dengan relevansi yang tinggi terhadap perilaku konsumen disebut kelompok referensi.⁹⁴

Teori yang digunakan dalam variable ini adalah teori kelompok referensi menurut Sumarwan. Yang mana, Sumarwan memberikan definisi bahwa kelompok referensi atau kelompok acuan merupakan kumpulan antara dua orang yang dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku. Kelompok yang dijadikan acuan digunakan sebagai referensi atau sebagai dasar perbandingan sehingga dapat membentuk suatu respon yang afektif maupun kognitif. Terdapat standard dan nilai tersendiri yang diberikan kelompok referensi agar dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Sehingga seorang konsumen dapat menjadikan kelompok referensi sebagai informan pertama dalam memutuskan untuk membeli tidaknya suatu produk.⁹⁵

⁹⁴Hendri Apriyandi, Edy Yulianto, Sunarti, “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50, No. 2, (2017), h. 182.

⁹⁵Awliya Afwa, “Analisis Faktor Kelompok Referensi Perilaku Konsumen Dalam Siswa Memilih Bersekolah di SMK Ibnu Taimiyah Pekanbaru”, *Jurnal Valuta*, Vol. 3, No. 2, (2017), h. 227

Menurut Sumarwan, terdapat beberapa macam pengaruh yang diberikan kelompok referensi yaitu:⁹⁶

a. Pengaruh *normative*

Pengaruh normatif yang mana kelompok referensi dapat mempengaruhi seseorang dengan norma-norma sosial yang dapat diikuti dan dipatuhi. Apabila seorang individu berada dalam suatu kelompok referensi dengan mematuhi norma-norma yang ada, menerima pendapat kelompok referensi sebagai pedoman sehingga produk ataupun jasa yang dibeli dapat menjadi simbol dari norma sosial, maka individu tersebut berada dalam pengaruh *normative*.

b. Pengaruh ekspresi nilai

Kelompok referensi berfungsi sebagai pembawa ekspresi nilai bagi individu seperti misalnya ketika seorang konsumen membeli barang branded, tujuannya membeli barang branded tidak lain hanya untuk menunjukkan kepada seseorang agar dipandang sukses oleh orang lain ataupun karena ingin meningkatkan rasa percaya dirinya. Kebanyakan orang berpendapat apabila seseorang membeli barang yang mahal dan bermerek maka akan dikagumi dan dihargai oleh orang lain karena salah satu ciri orang yang sukses oleh kebanyakan orang adalah kepemilikannya akan barang-barang mewah, untuk itu mengapa banyak dari mereka berlomba-lomba ingin membeli barang yang bermerek agar dipandang sukses oleh orang lain.

⁹⁶Hendri Apriyandi, Edy Yulianto, Sunarti, "Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50, No. 2, (2017), h. 183.

c. Pengaruh informasi

Seseorang yang dapat memberikan nasihat ataupun teladan kepada orang lain akan suatu produk, adalah orang yang sebelumnya memiliki pengalaman mengenai produk ataupun jasa, sehingga akan lebih mudah bagi orang awam untuk mendapatkan informasi mengenai hal tersebut. Sebitupun sebaliknya, apabila seseorang belum mendapatkan pengalaman akan suatu produk maka konsumen akan lebih sulit untuk dapat menilai karakter suatu produk melalui observasi. Sehingga konsumen akan merasa bahwa rekomendasi atau pemakaian orang lain merupakan suatu hal yang abash dan bijaksana. Untuk itu pentingnya bagi suatu perusahaan untuk memiliki beberapa kelompok referensi agar lebih mudah memasarkan produknya

3. Faktor Produk

Produk menurut Supranto dan Limakrisna ialah segala hal yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan seseorang. Sedangkan Adisaputro menyatakan bahwa Produk merupakan segala hal yang telah menjadi kebutuhan seseorang dan dapat dimanfaatkan serta diperjualbelikan ke pasar agar dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki nilai tersendiri bagi pemakainya hal ini tergantung dari seberapa terpenuhinya kebutuhan seseorang akan produk yang ditawarkan.⁹⁷

Menurut Tjiptono dalam memasarkan suatu produk penting bagi perusahaan untuk memperhatikan atribut produk sebelum memasarkan suatu

⁹⁷Santri Zulaicha, Rusda Irawati, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, 2016, h. 125.

produk. Unsur-unsur produk yang dipandang penting bagi konsumen sehingga dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam mengambil sebuah keputusan disebut atribut produk. Terdapat 3 unsur dalam produk, yaitu 1) Fitur produk (product features); 2) kualitas produk (product quality); 3) desain produk (product design) Kualitas produk adalah sejauh mana produk dapat memberikan kinerja yang baik sesuai fungsinya. Fitur produk adalah sarana yang dapat digunakan untuk membedakan antara produk yang satu dengan produk lainnya (pesaing). Sifat yang khas, unik dan istimewa merupakan suatu hal yang identic dengan fitur prod. Selain mempertimbangkan factor penampilan, desain produk juga ditujukan untuk memperbaiki kinerja suatu produk, menambah keunggulan bersaing dan mengurangi biaya produksi.⁹⁸

Factor lain yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengkonsumsi menurut Swasta adalah faktor emosional dan faktor rasional. Konsumen yang lebih memperhatikan manfaat suatu komoditas sebagai alat pemuas kebutuhannya merupakan konsumen yang rasional dalam memilih suatu produk. Samuelson dan William menyatakan bahwa seorang konsumen yang rasional akan memaksimalkan utilitas marginal, kepuasan dan kebahagiaan maksimum dari barang yang sudah dibelinya.⁹⁹

Kotler dalam hal ini memberikan batasan produk merupakan suatu yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa suatu benda,

⁹⁸Jasa Suatma, “Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario di Kota Semarang”, *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5, No. 2, h. 20, 2013.

⁹⁹Santri Zulaicha, Rusda Irawati, “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam”, *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, 2016, h. 182.

rasa, kegiatan orang, tempat, organisasi dan gagasan dimana suatu produk akan mempunyai nilai lebih dimata konsumen, jika memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain yang sejenis.¹⁰⁰

Perusahaan asuransi syariah terdapat berbagai produk yang dapat dibeli oleh masyarakat. Contohnya asuransi untuk investasi, asuransi untuk dana pensiun atau untuk warisan. Disamping berbagai produk yang diciptakan, masyarakat juga butuh pedoman bagaimana memilih produk asuransi, bagaimana cara klaim dan memilih perusahaan yang cocok. Seperti bagaimana asuransi pendidikan, bagaimana peran asuransi agar dana pendidikan efektif untuk masa depan yang lebih baik.¹⁰¹

Asuransi yang dapat diandalkan, sehat, amanah dan kompetitif dapat memberikan perlindungan kepada tertanggung atau pemegang polis. Program asuransi adalah program yang digunakan pada saat blm dibutuhkan. Seperti asuransi kesehatan tidak diberikan apabila kita berada di rumah sakit. Atau asuransi kebakaran tidak boleh mendaftar asuransipada saat gedung sedang terbakar. Semua ini butuh adanya pedoman agar masyarakat tau bagaimana berasuransi yang benar.¹⁰²

¹⁰⁰Gloria Tengor, Lotje Kawet, Sjendry Loindong, “Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eben Haezar Manado, Vol. 16, No. 4, 2016, h. 368.

¹⁰¹Kuat Ismanto, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan”, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016), h. 25.

¹⁰²Inayatul Ummah, “Pengaruh Financial Consultant (FC) dan Besaran Premi Terhadap Perminataan Asuransi Fund Amani Syariah di Kota Serang (Studi di Group Agency Vision Platinum PT. Zurich Topas Life (ZTL) SERANG)”, *Jurnal TSARWAH*, Vol. 1, No. 1, (2016), h. 11-12.

4. Faktor Religiusitas

Menurut Glock dan Stark religiusitas merupakan konsep brilian. Karena bukan hanya dilihat melalui satu atau dua dimensi saja, namun lebih dari itu. Dalam islam konsep keberagamaan tidak hanya dilakukan dalam ritul ibadah semata, namun juga dapat diwujudkan melalui aktivitas-aktivitas lainnya karena islam merupakan suatu system yang menyeluruh hal ini dapat mendorong umat islam agar dapat beragama secara menyeluruh pula.¹⁰³

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori religiusitas menurut Ghufon dan Risnawati, bahwa religiusitas merupakan tingkat ketertarikan individu terhadap agamanya. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila individu telah menginternalisasikan ajaran agamanya maka segala sesuatunya dapat mempengaruhi segala tindakan dan pandangan hidupnya.¹⁰⁴

Untuk mengukur seberapa religius seseorang terhadap suatu agama yang dianutnya dapat diketahui melalui indikator keberagamaan menurut Glock dan Stark dalam Ghufon dan Risnawati yaitu, meaning, belief, daily spiritual experiences dan value. Adapun penjelasan dimensi religiusitas adalah sebagai berikut:¹⁰⁵

- a. Daily Spiritual Experiences, Dimensi ini lebih mengarah pada dampak dari agama dan spiritual yang dituangkan didalam kehidupan seseorang karena konsep ini lebih kepada persepsi seseorang akan sesuatu dan sangat

¹⁰³Fauzan Adhim, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren", *Jurnal Ekonomi Moderasi*, Vol. 5, No. 2, (2009), h. 134.

¹⁰⁴Puput Tri Hardiyanti, "Pengaruh Religiusitas Lingkungan Sekolah Terhadap Konsep Diri Siswa-Siswi di MAN Pakem Sleman", *Jurnal Hisbah*, Vol. 13, No. 1, (2016), h. 88.

¹⁰⁵Fauzan Adhim, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren", *Jurnal Ekonomi Moderasi*, Vol. 5, No. 2, (2009), h. 134.

berhubungan akan hal-hal yang bersifat transenden (Tuhan, dan sifat-sifatNya) sehingga dimensi ini sangat berkaitan dengan pengalaman dibandingkan kognitif.

- b. Meaning, diartikan dengan keinginan seseorang untuk hidup bermakna. Kecenderungan untuk dapat hidup bermakna merupakan salah satu bagian terpenting dari karakter manusia, dan apabila hal ini tidak memuaskan manusia atau terhalangi oleh hal-hal diluar keinginan manusia maka akan menimbulkan gejala fisik dan mental. Sehingga dapat dikatakan bahwa manusia pada hakikatnya ingin menjadi orang yang bermanfaat bagi dirinya, orang lain dan berharga di hadapan Tuhan. Dengan adanya keinginan seseorang untuk hidup bermakna maka akan mendorong hasrat seseorang untuk melakukan segala aktivitas agar membuat dirinya berharga dan berarti.
- c. Value, Aspek ini lebih mengarah kepada pengaruh iman seseorang terhadap nilai-nilai kehidupan yang didasari dengan saling tolong menolong, melindungi dan sebagainya dengan menjadikan keimanan dalam beragama sebagai nilai tertinggi.
- d. Belief, merupakan sentral dari religiusitas. Beliefs merupakan keyakinan terhadap konsep-konsep yang dibawa oleh suatu agama seperti dalam islam dikenal istilah rukun iman, yaitu: iman kepada Allah, iman kepada Malaikat, Kitab (Al-Qur'an), Rasul, hari akhir, takdir qodho dan qodar. Iman adalah diucapkan dengan lisan, diyakini dalam hati, dan diamalkan dengan anggota badan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa beliefs atau imana adalah suatu

keyakinan yang diucapkan dengan lisan, dihayati dengan hati, dan diamalkan dengan perilaku.

E. Asuransi Syariah

Kata asuransi dalam istilah syariah disebut dengan takaful, at-ta'min atau Islamic insurance. Takaful diartikan sebagai sharing of risk antar sesama umat manusia. Kata ta'min merupakan arti dari kata melindungi, memberikan perasaan yang aman yang membebaskan perasaan takut. Adapun Islamic Insurance mengandung makna yaitu pertanggungan atau saling menanggung. Meskipun demikian, kata yang familiar melekat untuk menyebut penanggungan dalam islam adalah takaful, dasar kata kafala yaitu menanggung, menjamin; yakfulu, kuflan, selain at-ta'min dan takaful asuransi juga adalah at-tadhamun yang artinya solidaritas atau disebut sebagai tanggungan hak atau kewajiban yang berbalasan.¹⁰⁶

Menurut Dewan Syariah Nasional No.21/DSN MUI/X/2001 Asuransi syariah merupakan usaha yang mana peserta yang tergabung dalamnya memiliki tujuan untuk saling melindungi dan tolong menolong dengan melakukan investasi berupa tabarru' ataupun asset yang memberikan pola pengambilan dalam menghadapi resiko ataupun bahaya tertentu yang didasarkan pada akad yang sesuai dengan syariah.¹⁰⁷

Menurut PSAK 108, asuransi syariah adalah suatu sistem menyeluruh yang mana peserta dalam asuransi syariah akan menyalurkan seluruh atau

¹⁰⁶Nurma Sari, "Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah", *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, (2017), h. 62

¹⁰⁷Leliya dan Maya Kurniasari, "Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential", Cirebon: Dosen Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, (2016), h. 3

sebagian hasil kontribusi yang nantinya akan dipergunakan dalam membayar klaim atas risiko tertentu yang dialami oleh peserta yang berhak. Menurut UU No 40 tahun 2014, asuransi syariah merupakan perjanjian yang dilakukan oleh perusahaan asuransi dengan peserta asuransi, hal tersebut dilakukan dalam rangka pengelolaan kontribusi yang didasarkan pada prinsip syariah dengan saling menolong dan melindungi dengan cara: Apabila pemegang polis terkena musibah sehingga menyebabkan dirinya mengalami kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan maka pihak perusahaan akan memberikan penggantian atas kerugian yang telah dideritanya; atau memberikan pembayaran yang didasarkan atas meninggalnya peserta atau pembayaran yang didasarkan atas hidupnya peserta dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.¹⁰⁸

Asuransi dapat memberikan manfaat untuk kehidupan sehari-hari, baik dalam hal proteksi, warisan sampai kepada investasi. Dalam hal proteksi, asuransi dapat digunakan baik itu perorangan, masyarakat maupun perusahaan. Dalam kehidupan tidak dapat dipungkiri adanya risiko yang akan dialami oleh setiap orang. Asuransi sebagai alat proteksi dapat memberikan rasa aman, tenang kepada pemakainya terutama dapat menjamin nilai ekonomi keluarga dikemudian hari.¹⁰⁹

¹⁰⁸Al Tirok Supiyanto, "Pengaruh Pendapatan Premi Dan Hasil Investasi Terhadap Cadangan Dana Tabarru' Pada Perusahaan Asuransi Syariah Di Indonesia", Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, *Skripsi*, h. 15, 2015

¹⁰⁹Inayatul Ummah, "Pengaruh Financial Consultant (FC) dan Besaran Premi Terhadap Perminataan Asuransi Fund Amani Syariah di Kota Serang (Studi di Group Agency Vision Platinum PT. Zurich Topas Life (ZTL) SERANG)", *Jurnal TSARWAH*, Vol. 1, No. 1, h. 11-12, 2016.

Asuransi Syariah merupakan suatu sistem dimana nasabah asuransi akan menghibahkan seluruh atau sebagian premi yang dibayarnya dan kontribusi yang telah mereka bayar tersebut akan digunakan untuk membayar klaim atas musibah yang dialami oleh sebagian peserta. Dalam asuransi syariah, hubungan antara peserta yang satu dengan peserta yang lainnya disebut dengan pembagian risiko yang artinya saling memikul risiko. Sehingga apabila salah satu peserta mengalami klaim, maka seluruh nasabah yang tergabung dalam asuransi syariah akan saling tanggung menanggung sesama peserta.¹¹⁰

Asuransi syariah dalam hal ini tidak menggunakan mekanisme *transfer of risk* atau memindahkan risiko dari peserta ke perusahaan seperti yang terjadi pada asuransi konvensional. Peranan perusahaan asuransi pada asuransi syariah hanya sebatas pemegang amanah dalam mengelola dan menginvestasikan dana dari kontribusi peserta. Jadi, perusahaan asuransisyariah hanya berlaku sebagai pengelola operasional saja, tidak sebagai penanggung seperti asuransi konvensional.¹¹¹

Adapun prinsip dasar dari asuransi syariah yaitu:¹¹²

- a. Prinsip tolong menolong merupakan salah satu prinsip dalam asuransi syariah yang merupakan inti dari semua prinsip dalam asuransi syariah dengan

¹¹⁰Al Tirok Supiyanto, *Pengaruh Pendapatan Premi Dan Hasil Investasi Terhadap Cadangan Dana Tabarru' Pada Perusahaan Asuransi Syariah Di Indonesia*, Skripsi, h. 14-15.

¹¹¹Dessy Arum Kusumawati, "Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Premi Asuransi Mitra Mabur Terhadap Preferensi Nasabah AJB Bumiputera 1921 Syariah Cabang Surakarta", Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, *Skripsi*, 2017, h. 35.

¹¹²Yudi Setiawan, "Analisa Respon Masyarakat Muslim Kota Medan Terhadap Asuransi Syariah", *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. 3, No.2, 2018, h. 399-422.

memberikan solusi bagi mekanisme operasional asuransi syariah. Dan merupakan pondasi dasar dalam menegakkan konsep asuransi Syariah.

- b. Prinsip tauhid. Merupakan salah satu prinsip asuransi syariah yang menjelaskan tentang cara menhadirkan kondisi dan suasana bermuamalah berdasarkan pada nilai-nilai ketuhanan.
- c. Prinsip saling bertanggung jawab sesama peserta. Yang mana dalam asuransi syariah para peserta setuju untuk saling bertanggung jawab antara satu dengan yang lainnya. Rasa tanggung jawab itu lahir dari sifat saling menyayangi, mencintai, membantu sesama, dan merasa mementingkan kebersamaan untuk kemaslahatan bersama dalam mewujudkan masyarakat yang beriman, bertakwa dan harmonis.
- d. Prinsip anamah dalam asuransi syariah tercermin pada nilai-nilai akuntabilitas. Sebagaimana yang telah Rasulullah SAW ajarkan kepada ummatnya tentang urgensi dari transparansi dalam aktivitas muamalah. Sehingga dalam hal ini pihak perusahaan asuransi syariah secara rutin menyampaikan laporan keuangan yang dapat diakses oleh semua peserta asuransi dan stakeholder.
- e. Asuransi syariah tidak bersifat *mu'awadhohtabarru'* atau dalam transaksi yang bersifat investasi dengan prinsip *mudhorabah musytarakah* atau *wadiah*.

Dasar Hukum Asuransi Syariah dapat dijelaskan sebagai berikut:

Al-Qur'an Surah Al- Maidah (5): 29

إِنِّي أُرِيدُ أَنْ تَبُوءَ بِإِثْمِي وَإِثْمِكَ فَتَكُونَ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ ۖ وَذَلِكَ جَزَاءُ الظَّالِمِينَ



Terjemahnya:

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa Nya.¹¹³

QS. Al-Hasyr (58): 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.¹¹⁴

¹¹³Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 201

¹¹⁴Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 546

Akad-akad yang terdapat dalam Asuransi Syariah dapat dijelaskan sebagai berikut:¹¹⁵

1. Akad dalam asuransi syariah terdiri dari akad tabarru dan tijarah yang dilakukan oleh peserta dan perusahaan asuransi.
2. Akad tijarah yang dimaksud adalah mudharabah, sedangkan akad tabarru' adalah hibah.
3. Dalam akad, sekurang-kurangnya harus disebutkan:
 - a. Hak dan kewajiban peserta dan perusahaan;
 - b. Cara dan waktu pembayaran premi;
 - c. Syarat-syarat yang telah disepakati serta jenis asuransi yang diakadkan disesuaikan dengan jenis asuransi yang diakadkan.

F. Kerangka Pikir

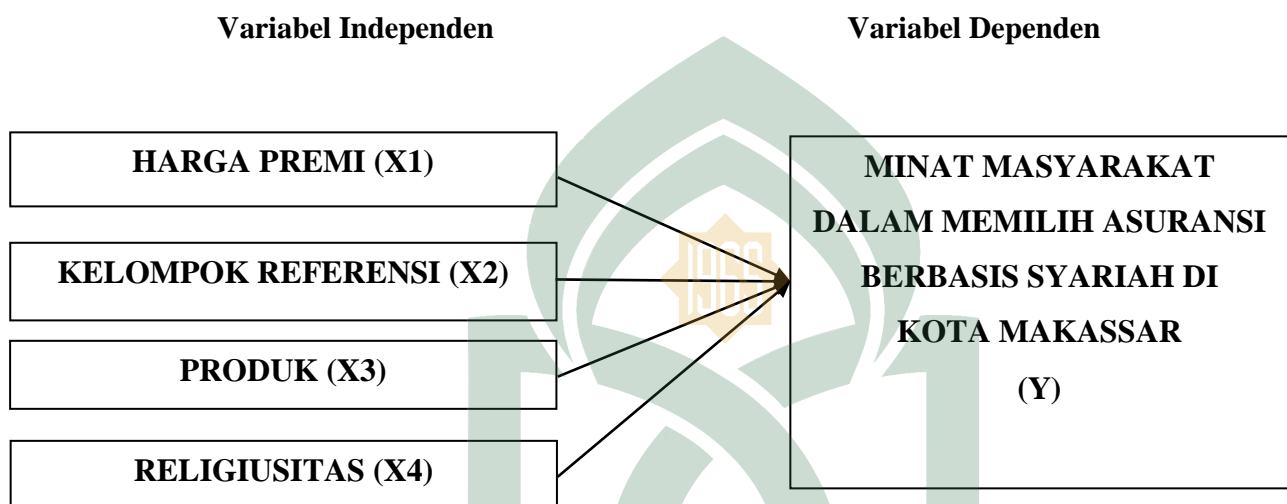
Minat merupakan kecenderungan seseorang dalam bertindak dan memberikan perhatian terhadap hal-hal yang menyangkut aktivitas, orang maupun keadaan tertentu sehingga terbentuklah objek dari minat tersebut yang diikuti dengan suasana hati yang senang. Minat konsumen adalah suatu hal yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhannya melalui produk yang diminatinya, dan dalam hal ini, minat menjadi nasabah asuransi syariah adalah keinginan seseorang dalam melakukan sesuatu sebelum memutuskan untuk menjadinasabah pada asuransi syariah betul dilakukan. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, contohnya faktor persepsi, faktor besaran premi, dan faktor

¹¹⁵Al Tirok Supiyanto, *Pengaruh Pendapatan Premi Dan Hasil Investasi Terhadap Cadangan Dana Tabarru' Pada Perusahaan Asuransi Syariah Di Indonesia*, Skripsi, h. 23.

produk. Adapun kerangkapiikir dalam penelitian inidi ketahui pada gambar berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. *Jenis dan Lokasi Penelitian*

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menguji teori melalui variable penelitian dan melakukan analisis data dengan prosedur statistic. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan jawaban mengenai masalah dan mengungkap tujuan penelitian yaitu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di kota Makassar.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi/tempat penelitian ini adalah masyarakat di kota Makassar. Lokasi penelitian ini dipilih dengan harapan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih akurat karena berlokasi di kota metropolitan.

B. *Pendekatan Penelitian*

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptiv kuantitatif dengan tujuan agar dapat mengetahui berbagai fakta yang ada menggunakan angka-angka dengan mengetahui karakteristik kelompok atau individu.¹¹⁶ Pengertian deskriptif menurut Sugiyono yaitu pendekatan yang memiliki fungsi untuk menjelaskan dan

¹¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 14

mendeskripsikan suatu penelitian melalui data/sampel yang sudah dikumpulkan, yang kemudian memberikan kesimpulan yang bersifat umum.¹¹⁷

Adapun tujuan dari adanya pendekatan ini adalah membantu peneliti dalam memperoleh sampel atau data yang lebih mendalam dan dapat memberikann makna dari penelitian yang dilakukan. Makna merupakan suatu kebenaran dari data yang tampak.¹¹⁸

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan bagian generalisasi mencakup objek/subjek dengan kuantitas dan sifat yang telah ditentukan yang kemudian dianalisa sehingga dapat disimpulkan.¹¹⁹

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, obyek, transaksi, atau kejadian sehingga dapat dijadikan sebagi objek penelitian.¹²⁰

Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Makassar yang belum ataupun yang sudah menjadi nasabah asuransi syariah.

2. Sampel

Sampel adalah jumlah responden yang digunakan dalam populasi tersebut untuk menjawab masalah yang sedang diteliti.¹²¹ Metode yang digunakan untuk

¹¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, h. 29.

¹¹⁸Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung : Alfabeta, 2008), h. 1.

¹¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 11.

¹²⁰Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis &Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?*, (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 118.

menentukan jumlah sampel adalah metode Nonprobability Sampling dengan teknik *purposive sampling* dimana sampel diambil dengan sengaja namun dengan kriteria-kriteria yang ditentukan. Seseorang atau sesuatu diambil karena peneliti beranggapan bahwa seseorang atau sesuatu itu mempunyai informasi yang dibutuhkan peneliti.¹²² Kriteria yang dipakai dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Kota Makassar yang telah dan pernah menjadi nasabah asuransi syariah.

Dalam penentuan sampel, peneliti berpatoakan pada hair et.al yang mengatakan bahwa dalam mengukur sampel dengan prolehan yang lebih baik dihitung antara (5 sampai 10) \times total indicator.¹²³ berdasarkan rumus tersebut, penulis menggunakan $\times 10$ dan total keseluruhan indicator dari penelitian ini adalah 15 indikator, $10 \times 15 = 150$ sampel. Berdasarkan rujukan tersebut, maka penulis berkesimpulan untuk mengambil sampel sebanyak 150 sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

Adapun yang menjadi teknik dalam mengumpulkan data yang dipakai dalam penelitian kuantitatif yaitu :

1. Kuesioner atau Angket

Kuesioner adalah metode dalam mengumpulkan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk di jawab.

¹²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 97.

¹²²Syofian Siregar, *Metode Riset Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2012), h.30.

¹²³Hair et al, *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition Prentice Hall, (upper saddle River: New Jesry, 2006), h. 605.

2. Dokumentasi

Dokumentasi ditunjukkan agar mendapatkan data dari tempat meneliti, seperti buku-buku, foto-foto, laporan kegiatan, Film documenter, data yang relevan penelitian.¹²⁴

E. *Instrument Penelitian*

Instrument penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang telah diamati. Adapun Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner berisikan berbagai pertanyaan yang di ukur melalui skala likert, dengan indikator dari variabel-variabel penelitian yang ada.¹²⁵

Tabel 3.1

Instrumen Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga Premi (X ₁)	Harga menurut Tjiptono (2005) merupakan komponen yang sangat mempengaruhi suatu perusahaan karena merupakan bagian dari suatu keuntungan.	a. Keterjangkauan harga b. Perbandingan dengan merk lain c. Kesesuaian dengan kualitas Oleh: (Stanton, 2006 dalam Intan Hidayatillah, dkk, 2015)	Likert (1-5)
Kelompok Referensi (X ₂)	Sumarwan (2011) memberikan definisi bahwa kelompok referensi atau kelompok acuan adalah kumpulan dari dua orang atau lebih yang secara nyata dapat mempengaruhi seseorang	a. Pemahaman kelompok referensi b. Pengalaman kelompok referensi c. Keaktifan kelompok referensi	Likert (1-5)

¹²⁴Sudaryono, *Metode Penelitian*, Ed. 1 (cet. I, Jakarta : Rajawali Pers, 2017), h. 219.

¹²⁵Nur Indriantoro, Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis(untuk akuntan dan manajemen)* edisi 1 (Yogyakarta: BPFE, 2013), h. 104.

	dalam berperilaku.	Oleh: (Blackwell, Miniard dan Engel, 2001 dalam Arifatun Nisak, dll, 2013)	
Produk (X ₃)	Adisaputro (2014) menyatakan bahwa Produk adalah segala sesuatu yang dibutuhkan dan dimanfaatkan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya	<i>a. Perceived quality</i> <i>b. Product Adjustment</i> Oleh: (David Garvin, 1997 dalam Aditya Dwi Infantari, 2014)	Likert (1-5)
Religiusitas (X ₄)	Menurut Ghufroon dan Risnawati (2012), bahwa religiusitas merupakan tingkat ketertarikan individu terhadap agamanya. Hal ini menunjukkan bahwa individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya sehingga berpengaruh terhadap dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya	a. Dimensi Keyakinan b. Dimensi Praktik Agama c. Dimensi Pengalaman d. Dimensi Konsekuensi Oleh: (Ancok, 1994 dalam Fauzan Adhim, 2009)	Likert (1-5)
Minat Konsumen (Y)	McCarthy dan Perreault (1995) mendefinisikan minat dengan keinginan seseorang akan sesuatu yang terkondisikan selama mereka hidup dan minat timbul setelah adanya proses evaluasi alternative dan dari proses evaluasi tersebut, sehingga seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai suatu objek yang diminatinya.	a. Ketertarikan b. Keyakinan c. Keinginan Oleh: (Nisa Ul Hikmah, 2018)	Likert (1-5)

Untuk mengukur variabel religiusitas, harga premi, produk dan kelompok referensi, digunakan angket dalam bentuk skala likert. Alternative jawaban disusun dan dipilih berdasarkan bobot skor, yaitu:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Pada penelitian ini skala Likert bertujuan untuk mengukur Faktor Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui apakah item pada variabel yang diteliti tersebut valid atau tidak. Pengujian ini menggunakan uji satu sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Hasil r-hitung harus lebih kecil dari r-tabel dimana $df = n-2$ dengan signifikansi 5%. Jika $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ maka item yang digunakan valid.¹²⁶

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur seberapa stabil dan konsisten responden dalam memberikan jawaban yang berkaitan dengan konstruk-

¹²⁶Sugiyono, *metode Penelitian Pendidikan Pendekanta Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 172

konstruk pernyataan yang disusun dalam bentuk kuesioner, yang dijadikan sebagai alat ukurnya adalah *cronbach alpha*. Suatu pernyataan dapat dikatakan *reliable* apabila nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.¹²⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak, karena data yang normal merupakan data yang menyerupai distribusi normal. Uji distribusi normal merupakan syarat untuk seluruh uji statistik.¹²⁸:

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat seberapa besar keterkaitan korelasi/hubungan antar variabel independen dengan variabel independen yang lain.¹²⁹:

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain.¹³⁰

¹²⁷Sugiyono, *metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 183

¹²⁸Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h.93

¹²⁹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dalam Program IBM SPSS 2* (Semarang : Badan Penerbit Universitas di Ponorogo, 2013), h. 103-104

¹³⁰Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dalam Program IBM SPSS 2*, h. 134

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi ada ketika pengamatan yang dilakukan sepanjang waktu berkaitan antara satu dengan yang lainnya.¹³¹

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa berpengaruh dan signifikannya variable yang di gunakan dengan melakukan uji t, uji f, dan uji r.¹³²

1. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variasi variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel dependen. Nilai R^2 memiliki interval dari 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin tinggi R^2 mendekati 1, maka hasil regresi memberikan pengaruh yang baik sebaliknya apabila mendekati 0, maka secara keseluruhan variabel independen tidak dapat dijelaskan oleh variabel dependen.

2. Uji Simultan F

Uji F digunakan untuk melihat seberapa berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dengan menggunakan perumusan hipotesis pada Uji-F sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga premi, kelompok referensi, produk dan religiusitas terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di kota makassar

¹³¹Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h.100

¹³²Sugioyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h.209.

$H_a : \beta \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga premi, kelompok referensi, produk dan religiusitas terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di kota makassar

Kriteria uji ini adalah apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 10%, sehingga apabila H_0 ditolak berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Begitupun juga apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 10%, itu artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan dengan variabel dependen.

3. Uji Parsial (t)

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Hipotesis yang dipakai adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$, tidak terdapat pengaruh signifikan diantara variabel harga premi kelompok referensi, produk dan religiusitas terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di kota makassar

$H_a : \beta \neq 0$, terdapat pengaruh signifikan diantara variabel harga premi kelompok referensi, produk dan religiusitas terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di kota makassar

Ciri uji yang dilakukan adalah apabila $t\text{-test} > \text{nilai } t\text{-tabel}$ contohnya pada taraf signifikan LOS 10% sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel independen secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai $t\text{-test} < t\text{-tabel}$ dengan taraf signifikan 10% misalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat

pengaruh secara parsial dari seluruh variable independen terhadap variable dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sekilas Gambaran Umum Objek Penelitian

1. *Kondisi Geografis*

Kota Makassar secara geografis terldapat pada 119°24'17'38" BujurTimar dan 5°8'6'19" Lintang Selatan, dan luas wilayah 175,77km2 yang terdiri dari 14 Kecamatan. Secara administrasi Kota Makassar bersebelahan dengan:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Maros
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Maros
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Gowa
- Sebelah Barat berbatasan dengan Selat Makassar

Terdapat 14 kecamatan dalam wilayah administrative Kota Makassar yaitu diantaranya: Kecamatan Rappocini, Kecamatan Tamalate, Kecamatan Mamajang, Kecamatan Mariso, Kecamatan Ujung Pandang, Kecamatan Makassar, Kecamatan ujung Tanah, Kecamatan Tallo, Kecamatan Wajo, Kecamatan Bontoala, Kecamatan Manggala, Kecamatan Panakukang, Kecamatan Tamalanrea, dan Kecamatan Biringkanaya, dengan total kelurahan sebanyak 142 Kelurahan. Kecamatan Biringkanaya merupakan kecamatan terluas dengan luas wilayah 48,22 Km2 atau 27,43%, sedangkan Kecamatan Mariso merupakan kecamatan dengan luasan terkecil adalah 1,82 Km2 atau 1,04 dari semua wilayah Kota Makassar. Agar lebih jelas, dapat dilihat di table 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Luas Wilayah Kec. Di Kota Makassar

No	Kecamatan	Luas (Km ²)	Persentase Terhadap Luas Kota Makassar
1	Mariso	1,82	1,04
2	Mamajang	2,25	1,28
3	Tamalate	20,21	11,50
4	Rappocini	9,23	5,25
5	Makassar	2,52	1,431
6	Ujung Pandang	2,63	1,50
7	Wajo	1,99	1,13
8	Bontoala	2,10	1,19
9	Ujung Tanah	5,94	3,38
10	Tallo	5,83	3,32
11	Panakuk kang	17,05	9,70
12	Manggala	24,14	13,73
13	Biringkanaya	48,22	27,43
14	Tamalanrea	31,84	18,11
Jumlah		175,77	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Makassar dalam Angka tahun 2018

Berdasarkan table tersebut dapat diketahui bahwa Kecamatan Biringkanaya merupakan kecamatan dengan luas wilayahnya sampai pada angka 48,22 Km² sedang luas wilayah Kecamatan Mariso yaitu 1,82 Km².

2. Aspek Kependudukan

Berdasarkan data BPS masyarakat Kota Makassar sampai pada angka 1.469.601 Jiwa dengan total penduduk dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 727.314 dan total penduduk berjenis kelamin perempuan sebesar 742.287. dari tahun 2012 hingga 2016 jumlah penduduk yang ada di Kota Makassar terus mengalami peningkatan tercatat di 2012 total penduduk mencapai 1.369.606 jiwa dan di 2016 menjadi 1.469.601 jiwa, untuk lebih jelasnya dapat diketahui pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk/Kec. Di Kota Makassar

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	Mariso	56.524	57.790	58327	58185	59292
2	Mamajang	59.170	60.236	60537	60779	61007
3	Tamalate	176.947	183.039	186921	190694	194493
4	Rappocini	154.184	158.325	160499	162539	164493
5	Makassar	82.027	83.550	84014	84396	84758
6	Ujung Pandang	27.201	27.802	28053	28278	28497
8	Bontoala	54.515	55.578	55.937	56.243	56.536

9	Ujung Tanah	47.129	48.133	48.531	48.882	49.223
10	Tallo	134.738	137.260	137.997	138.598	139.167
11	Panakuk kang	142.308	145.132	146.121	146.968	147.783
12	Manggala	122.838	127.915	131.500	135.049	138.659
13	Biringkanaya	177.116	185.030	190.829	196.612	202.520
14	Tamalanrea	105.234	108.024	109.471	110.826	112.170
Total		1.369.606	1.408.072	1.429.242	1.449.401	1.469.601

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Makassar dalam Angka tahun 2018

Dari uraian table diatas sehingga dapat dipahami bahwa peningkatan total masyarakat di Kota Makassar tiap tahunnya terus bertambah Adapun total penduduk terbanyak di akhir tahun terdapat pada Kecamatan Biringkanaya dengan 202.520 jiwa.

3. Kepadatan Jumlah Penduduk

Persebaran masyarakat di Kota Makassar menyebar dengan tidak menyeluruh di setiap kecamatan yang ada di Kota Makassar. Hal ini dapat diketahui melali uraian table berikut:

Tabel 4.3 Jumlah Kepadatan Penduduk

No	Kecamatan	Luas (Km ²)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Kepadatan Penduduk
1.	Mariso	1,82	59.292	32.578
2.	Mamajang	2,25	61.007	27.114

3.	Tamalate	20,21	194.493	96.24
4.	Rappocini	9,23	164.493	17.829
5.	Makassar	2,52	84.758	33.634
6.	Ujung Pandang	2,63	28.497	10.835
7.	Wajo	1,99	30.933	15.544
8.	Bontoala	2,10	56.536	26.922
9.	Ujung Tanah	5,94	49.223	11.187
10.	Tallo	5,83	139.167	23.871
11.	Panakuk kang	17,05	147.783	8.668
12.	Manggala	24,14	138.659	5.744
13.	Biringkanaya	48,22	202.520	4.200
14.	Tamalanrea	31,84	112.170	3.523
Total		175,77	1.469.601	83.61

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Makassar dalam Angka Tahun 2018

Berdasarkan uraian table diatas dapat diketahui bahwa kepadatan penduduk yang tinggi berada pada kecamatan Makassar yang mencapai 33,6 jiwa/km² dan total penduduk yaitu 84.758 jiwa, sedangkan kepadatan penduduk yang paling rendah terdapat pada Kecamatan Tamalanrea yaitu 3,523 jiwa/km² dengan total penduduk 112.170 jiwa.

Dalam penelitian ini adapun responden yang digunakan terdiri dari perempuan dan laki-laki, dengan cakupan usia yang berbeda-beda, tingkat pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metode *non probability sampling* adalah metode yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi responden dengan mendatangi langsung tempat tinggal responden yang telah menjadi nasabah asuransi syariah. Penyebaran kuesioner dilakukan selama satu bulan, terhitung pada bulan Januari 2020. Kuesioner yang tersebar sebanyak 150

kuesioner. Lokasi penelitian ini dilakukan di beberapa kecamatan yang ada di Kota Makassar yaitu diantaranya:

1. Kecamatan Rappocini
2. Kecamatan Manggala
3. Kecamatan Panakkukang
4. Kecamatan Bontoala
5. Kecamatan Biringkanaya
6. Kecamatan Tamalanrea

B. Karakteristik Responden

Penyebaran kuesioner ini, dilakukan berdasarkan kriteria responden. Adapun kriteria responden yang dijadikan sebagai sample adalah responden yang telah menjadi nasabah asuransi syariah dan pernah menjadi nasabah Asuransi Syariah. Penyebaran kuesioner dilakukan sebanyak 150 kuesioner yang disebar di beberapa kecamatan yang ada di Kota Makassar. Adapun distribusi penyebaran kuesioner dapat diketahui pada table berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Tabel 4.4 Distribusi Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Kec. Rappocini	55	55%
Kec. Manggala	21	21%
Kec. Panakkukang	35	35%
Kec. Bontoala	10	10%
Kec. Biringkanaya	12	12%
Kec. Tamalanrea	17	17%

Dari ke-enam kecamatan yang digunakan sebagai lokasi penelitian di Kota Makassar, penyebaran kuesioner terbanyak terdapat pada kecamatan Rappocini, hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat yang telah menjadi maupun yang pernah menjadi nasabah asuransi syariah lebih banyak berada pada Kecamatan Rappocini.

Adapun jumlah perusahaan yang responden pilih sebagai tempat pengendalian risiko adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Jumlah Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Jumlah Responden
1	PT. Asuransi Askrida Syariah Cabang Makassar	28
2	Asuransi Syariah Cahaya Madani Makassar	31
3	PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin	29
4.	Asuransi Prudential Syariah Makassar	62

Karakteristik responden digunakan untuk mendeskripsikan uraian mengenai data pribadi responden yang tertera pada bagian data identitas responden yang terdiri atas nama, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Untuk mengetahui lebih jelas, dapat dilihat melalui table karakteristik responden sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Data tentang jenis kelamin responden yang telah menjadi nasabah asuransi syariah dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	80	53,3%
2	Laki-laki	70	46,7%
Jumlah		150	100%

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Berdasarkan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa dominan jumlah responden yang berminat menjadi nasabah asuransi syariah merupakan responden dengan jenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki tingkat kesadaran berasuransi syariah lebih besar dibanding laki-laki.

b. Karakteristik Responden Menurut Umur

Data tentang karakteristik responden menurut kelompok umur dapat diketahui pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Menurut Usia

No	Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase
1	18 – 24 Tahun	6	4%
2	25 – 34 Tahun	26	17,3%
3	35 – 44 Tahun	71	47,3%
4	45 – 54 Tahun	43	28.6%
5	➤ 55 Tahun	4	2,7%
Jumlah		150	100%

Sumber Data: Pengolahan Data SPSS 21

Table 4.6 yakni deskripsi karakteristik responden menurut usia, yang menunjukkan bahwa dominan responden yang memilih menjadi nasabah asuransi syariah adalah responden dengan usia antara 35 - 44 tahun.

c. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Deskripsi mengenai karakteristik pendidikan terakhir dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMA	12	8%
2	Diploma	24	16%
3	Sarjana	111	74%
4	Lainnya	3	2%
Jumlah		150	100%

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Berdasarkan table 4.7 yaitu karakteristik deskripsi responden menurut pendidikan, maka karakteristik responden menurut jenjang pendidikan responden didominasi oleh sarjana sebanyak 111 responden.

d. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan

Karakteristik responden didasarkan pendapatan dapat diketahui pada table sebagai berikut:

Tabel 4.8 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	<Rp. 3.000.000	67	44,7%
2	Rp. 3.000.001-Rp. 7.500.000	70	46,7%
3	Rp. 7.500.001-Rp. 10.000.000	10	6,7%
4	>Rp 10.000.001	3	2%
Jumlah		150	100%

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Table 4.8 yakni deskripsi karakteristik responden menurut umur, maka dapat diketahui dari 150 responden mayoritas berpenghasilan antara Rp. 3.000.001-Rp.7.500.000.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke 150 responden adalah untuk memperoleh kecenderungan jawaban pada masing-masing jumlah pernyataan. Adapun jawaban responden berdasarkan deskripsi variabel penelitian, yaitu:

a. Harga Premi

Jawaban responden mengenai variabel factor harga premi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Faktor Harga Premi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	X1.1	93	47	10	0	0	150
2.	X1.2	67	73	10	0	0	150
3.	X1.3	48	83	19	0	0	150
4.	X1.4	94	50	6	0	0	150

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Dari score jawaban responden pada table 4.9, dapat diketahui bahwa dominan responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada faktor harga premi dimana terdapat 94 responden yang menyatakan sangat setuju pada item X1.4 “Harga premi yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang saya peroleh”, 83 responden yang menyatakan setuju pada item pertanyaan, X1.3 “saya lebih tertarik menjadi nasabah asuransi syariah daripada asuransi konvensional karena tidak terdapat unsur bunga dalam perhitungan tarif premi”, responden yang memberi tanggapan netral sebanyak 19 responden pada item X1.3 “menurut saya tarif premi pada asuransi syariah terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat”.

b. Deskripsi Variabel Faktor Kelompok Referensi

Jawaban responden pada variabel faktor kelompok referensi dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Faktor Kelompok Referensi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	X2.1	68	72	10	0	0	150
2.	X2.2	56	71	19	4	0	150
3.	X2.3	67	74	9	0	0	150
4.	X2.4	75	68	7	0	0	150

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Dari score jawaban responden pada table 4.10, dapat diketahui bahwa dominan responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada faktor kelompok referensi, dimana terdapat 75 responden yang menyatakan sangat setuju pada item X2.4 “saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah, karena saya termotivasi dari pengalaman teman saya yang lebih dulu menjadi nasabah asuransi syariah”, 74 responden yang menyatakan setuju pada item pertanyaan X2.3 “menurut teman saya yang telah menjadi nasabah asuransi syariah, bahwa asuransi berbasis syariah lebih memuaskan baik dalam hal pelayanan, produk yang dijual maupun manfaat yang didapat”, responden yang memberi tanggapan netral sebanyak 19 responden pada item X2.2 “saudara saya banyak yang menganjurkan untuk menggunakan produk asuransi syariah”, dan 4 responden yang memberikan tanggapan tidak setuju pada item X2.2 “saudara saya banyak yang menganjurkan untuk menggunakan produk asuransi syariah”

c. Deskripsi Variabel Faktor Produk

Jawaban responden mengenai variabel faktor produk dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Variabel Faktor Produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	X3.1	98	46	6	0	0	150
2.	X3.2	91	51	8	0	0	150
3.	X3.3	66	74	10	0	0	150
4.	X3.4	83	58	9	0	0	150

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Dari score jawaban responden pada table 4.11, dapat diketahui bahwa dominan responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada faktor produk, dimana terdapat 98 responden yang menyatakan sangat setuju pada item X3.1 “saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena produk yang ada dalam asuransi syariah menarik dan mudah dipahami”, responden yang menyatakan setuju sebanyak 74 responden pada item X3.3 “saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena menurut saya produk asuransi syariah lebih menjamin proteksi dimasa yang akan datang dibandingkan asuransi konvensional”, sedangkan responden yang menjawab netral sebanyak 10 responden yaitu pada item X3.3.

d. Deskripsi Variabel Faktor Religiusitas

Jawaban responden pada variabel faktor religiusitas dapat diketahui pada table berikut:

Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Faktor Religiusitas

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	X4.1	100	44	6	0	0	150
2.	X4.2	67	74	9	0	0	150
3.	X4.3	77	65	8	0	0	150
4.	X4.4	77	64	9	0	0	150

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Dari table 412, dapat diketahui bahwa dominan responden yang memilih sangat setuju pada variabel faktor religiusitas yaitu terdapat 100 responden yang

menyatakan sangat setuju pada item X4.1 “saya menemukan kenyamanan dan rasa aman dalam menggunakan produk asuransi syariah sesuai dengan ajaran agama saya”, responden yang menyatakan setuju sebanyak 74 responden pada item X4.2 “menjadi nasabah asuransi syariah membuat kehidupan saya bermakna selaras dengan agama saya”, sedangkan responden yang menjawab netral sebanyak 9 responden pada item X4.3 “dengan menggunakan produk asuransi syariah saya merasa telah mengikuti ajaran agama saya dan X4.4 “saya percaya menjadi nasabah asuransi syariah sudah sesuai dengan ajaran agama saya”

e. Deskripsi Minat Konsumen

Jawaban responden pada variabel Minat konsumen dapat diketahui pada table berikut:

Tabel 4.13 Variabel Minat Konsumen

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Y.1	109	36	5	0	0	150
2.	Y.2	106	37	7	0	0	150
3.	Y.3	56	85	9	0	0	150
4.	Y.4	67	74	9	0	0	150

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Dari score jawaban responden pada table 4.13, dapat diketahui bahwa dominan responden menyatakan sangat setuju terdapat pada item Y.1 “saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena saya yakin dan percaya bahwa manusia hidup didunia ini tidak akan pernah terhindar dari yang namanya risiko”, responden yang menjawab setuju sebanyak 85 responden pada item Y.3 “saya tertarik menjadi nasabah asuransi syariah karena dalam pengelolaannya tidak terdapat unsur riba, gharar, maysir yang dapat mendzolimi pihak-pihak yang

terlibat didalamnya” sedangkan responden yang menjawab netral sebanyak 9 responden masing-masing terdapat pada item Y.3 dan Y.4.

D. Uji Analisis Statistik

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah program SPSS 21, *statistic for windows*. Dimana terdapat 150 responden yang digunakan dalam penelitian ini dengan degree of freedom sebesar $(df) = 150 - 2 = 148$ dan r table adalah 0,134. Uji validitas yang digunakan adalah correlation coefficient person. Dimana pernyataan dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r table dan nilainya positif.

a. Uji Validitas

Adapun hasil dari uji validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r- Hitung	r- Tabel	Keterangan
1.	Faktor Harga Premi	X1.1	0,870	0,134	Valid
		X1.2	0,881	0,134	Valid
		X1.3	0,786	0,134	Valid
		X1.4	0,856	0,134	Valid
2.	Faktor Kelompok Referensi	X2.1	0,828	0,134	Valid
		X2.2	0,600	0,134	Valid
		X2.3	0,820	0,134	Valid
		X2.4	0,844	0,134	Valid
		X3.1	0,772	0,134	Valid

3.	Faktor Produk	X3.2	0,885	0,134	Valid
		X3.3	0,813	0,134	Valid
		X3.4	0,884	0,134	Valid
4.	Faktor Religiusitas	X4.1	0,712	0,134	Valid
		X4.2	0,821	0,134	Valid
		X4.3	0,713	0,134	Valid
		X4.4	0,862	0,134	Valid
5.	Minat Konsumen	Y1	0,745	0,134	Valid
		Y2	0,885	0,134	Valid
		Y3	0,779	0,134	Valid
		Y4	0,854	0,134	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Dari tabel 4.16 dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan mempunyai corrected-total correlation (r_{Hitung}) > r_{Tabel} dengan nilai signifikansi 5% dan $n = 150$. Itu berarti semua item yang diteliti dinyatakan valid karena lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0.134 sehingga dapat dikatakan seluruh item dalam pernyataan kuisioner ini dapat digunakan untuk diuji ke pengujian selanjutnya.

b. Uji Realibilitas

Variable yang digunakan dapat dikatakan reliable apabila *cronbach alpha* pada tiap-tiap variable berada diatas 0,60. Adapun hasil yang telah diolah peneliti adalah sebagai berikut berikut :

Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Faktor Harga Premi	0,868	Reliabel
2.	Faktor Kelompok Referensi	0,753	Reliabel
3.	Faktor Produk	0,860	Reliabel
4.	Faktor Religiusitas	0,783	Reliabel
5	Minat Konsumen	0,833	Reliabel

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Berdasarkan table 4.17 dapat diketahui bahwa semua variabel dinyatakan *reliable* karena berada diatas *cronbach alpha* > 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa item yang digunakan pada tiap-tiap variable dapat digunakan sebagai alat ukur.

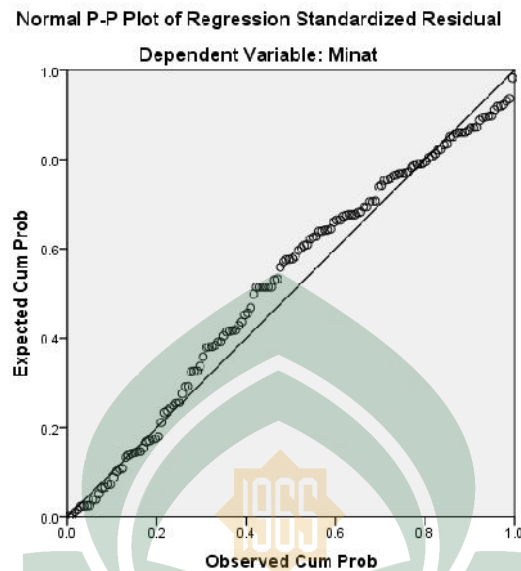
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dan normal *probability plot*. Hasil olah data dapat dilihat pada gambar berikut:

ALA UDDIN
M A K A S S A R

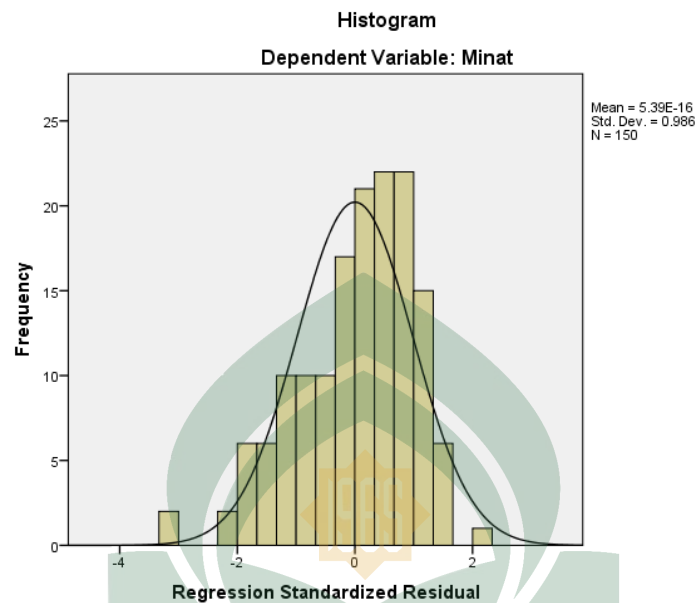
Gambar 4.1

Hasil Uji Normal *Probability Plot*

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa grafik tidak melenceng ke kanan ataupun ke kiri hal ini menandakan data terdistribusi normal. Pada gambar tersebut diketahui penyebaran data mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan model regresi dipenelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Selain melihat P-plot, juga dapat dilihat melalui grafik histogram. apabila grafik berbentuk lonceng, berarti penyebaran data yang dilakukan normal. Seperti pada gambar *histogram* di bawah ini:

Gambar Grafik 4.2**Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram**

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Selain dengan melihat kurva normal P-plot dan histogram, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov

Tabel 4.18**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

M A K A S S A R		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.10598068
	Absolute	.095
Most Extreme Differences	Positive	.055
	Negative	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		1.162
Asymp. Sig. (2-tailed)		.135

Berdasarkan uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* hasil non-parametrik diketahui bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) senilai $0,135 > 0,05$ itu artinya pada penelitian ini data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolonearitas yaitu uji untuk mengetahui apakah terdapat hubungan variabel independen. Apabila terdapat masalah berarti terjadi gejala multikolonearitas. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terdapat hubungan antarvariabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolonearitas dapat dilihat pada nilai VIF nilai VIF harus < 10 . Hasil yang telah diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Faktor Harga Premi	.343	2.914
Faktor Kelompok Referensi	.417	2.400
Faktor Produk	.334	2.993
Faktor Religiusitas	.344	2.905
Dependent Variabel: Minat Masyarakat		

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

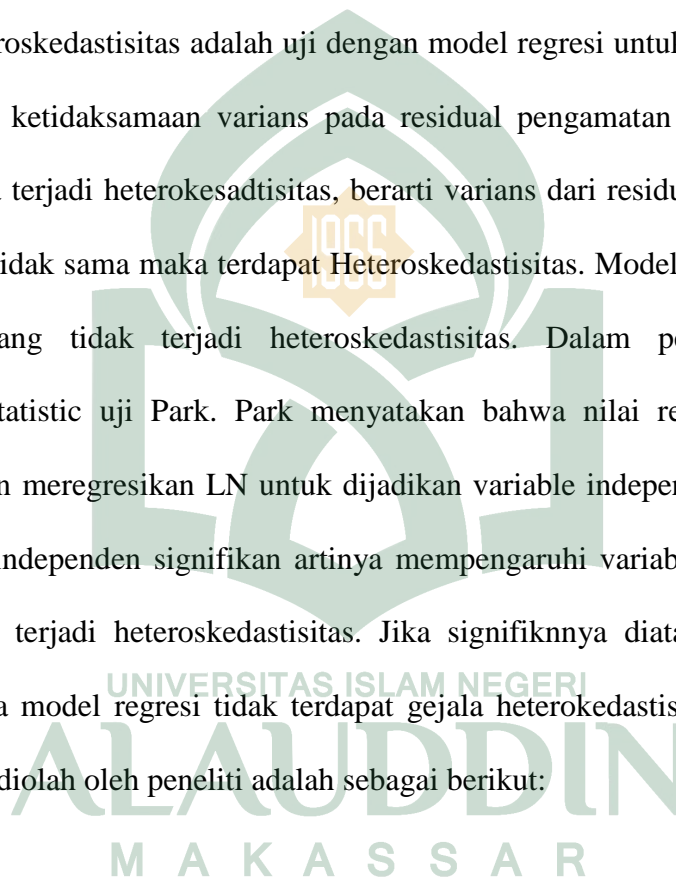
Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa *tolerance* dari keempat variabel $> 0,10$ dan VIF dari keempat variabel < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada keempat variabel independenn dalam

penelitian ini. Adapun ketentuan atau syaratnya, yaitu tidak terdapat multikolinieritas.

Sehingga dapat dikatakan model dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolonearitas antar variable dependen dengan variable independen sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

c. Uji Heteroskedastistas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji dengan model regresi untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians pada residual pengamatan satu dengan lainnya. Apabila terjadi heterokesadtisitas, berarti varians dari residual tetap, dan apabila varians tidak sama maka terdapat Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan statistic uji Park. Park menyatakan bahwa nilai residual harus dikuadratkan dan meregresikan LN untuk dijadikan variable independen, apabila dalam variable independen signifikan artinya mempengaruhi variable dependen, maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Jika signifiknnya diatas 5% dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Adapun hasil yang telah diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut:



Tabel 4.20 Uji Park

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.417	1.768		.236	.814
Harga Premi	-.026	.140	-.026	-.183	.855
Kelompok Referensi	-.116	.135	-.109	-.857	.393
Produk	-.064	.147	-.062	-.433	.665
Religiusitas	.125	.157	.112	.795	.428

a. Dependent Variable: LnRes_2

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21.

Berdasarkan hasil tabel uji park diketahui bahwa dari keempat variable independent (harga premi, kelompok referensi, produk dan religisitas) diperoleh nilai Signifikasinya $> 5\%$. sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi hetekedastisitas dalam penelitian ini.

d. Uji Autokorelasi

Tujuan uji ini adalah untuk mengetahui apakah dalam regresi lineaar berganda, ada korelasi kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada priode sebelumnya. Apabila terdapat korelasi/hubungan, maka dinyatakan terdapat masalah autokorelasi. Dalam menguji autokorelasi, maka digunakan uji *Durbin-Waston* (DW). Adapun hasil yang telah diolah oleh peneliti pada tabel 4.21 berikut:

Tabel 4.21
Hasil Uji *Durbin-Waston* (DW)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.804 ^a	.646	.637	1.12113	1.942

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Kelompok Referensi, Harga Premi, Produk

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Tabel 4.21 menjelaskan bahwa nilai DW adalah 1,942 dengan tingkat signifikan 5%. Jumlah sampelnya (n) = 150, jumlah variabel independen (k = 4), nilai dL (batas bawah) = 1,6788, nilai dU (batas bawah) = 2,2119. Sehingga, nilai $dU < Dw < 4-dU$ atau $1,6788 < 1,942 < 2,2119$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi.

3. Analisis Regresi Berganda

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari model regresi yang digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan menguji koefisien regresinya. Hasil yang diperoleh dengan menilai koefisien regresi beberapa variabel yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

Tabel 4.22
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.684	.956		2.806	.006
1 Harga Premi	.173	.076	.192	2.284	.024
Kelompok Referensi	.196	.073	.205	2.679	.008
Produk	.202	.080	.217	2.538	.012
Religiusitas	.293	.085	.290	3.448	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Penelitian dengan metode regresi linier berganda adalah analisis mengenai korelasi/hubungan antara variabel dependen terhadap variabel independen. Korelasi/hubungan antara variabel dependen dengan independen dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 2,576 + 0,204 X_1 + 0,195 X_2 + 0,241 X_3 + 0,238 X_4 + e$$

Dimana :

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Y = Minat Konsumen

X₁ = Faktor Harga Premi

X₂ = Faktor Kelompok Referensi

X₃ = Faktor Produk

X₄ = Faktor Religiusitas

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstantan sebesar 2,684; berarti jika harga premi (X1), kelompok referensi (X2), produk (X3), religiusitas (X4) nilainya adalah 0, maka minat masyarakat (Y) adalah 2,684
- b. Koefisien regresi variable harga produk (X1) adalah 0,173; artinya apabila variable independen lain nilainya tetap dan harga premi naik 1%, itu artinya minat masyarakat (Y) akan meningkat sebesar 0,173
- c. Koefisien regresi variable kelompok referensi (X2) sebesar 0,196; artinya jika variable independen lain nilainya tetap dan harga premi mengalami kenaikan 1%, maka minat masyarakat (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,196
- d. Koefisien regresi variable produk (X3) adalah 0,202; berarti apabila variable independen lain nilainya tetap dan harga premi naik 1%, maka minat masyarakat (Y) akan meningkat sebesar 0,202
- e. Koefisien regresi variable harga religiusitas (X4) sebesar 0,293; artinya jika variable independen lain nilainya tetap dan harga premi mengalami kenaikan 1%, maka minat masyarakat (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,293. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga premi (X1), kelompok referensi (X2), produk (X3), religiusitas (X4) dengan minat (Y). semakin naik (X1) harga premi, (X2) kelompok referensi, (X3) produk, (X4) religiusitas maka semakin meningkat (Y) minat.

4. Uji koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga premi, kelompok referensi, produk, dan religiusitas terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

Tabel 4.23

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.646	.637	1.12113

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Kelompok Referensi, Harga Premi, Produk

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Adapun hasil yang telah diolah, diketahui bahwa nilai R^2 (Koefisien Determinasi) = 0,646 atau 64,6% hal ini berarti bahwa variable independent yaitu harga premi, kelompok referensi, prioduk, religiusitas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah sebesar 64,6% dan selebihnya 35,4% (100% - 64,6%) ditentukan atau dijelaskan oleh variable lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F atau uji signifikan simultan, pada prinsipnya menunjukkan apakah smua variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yang diteliti. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai *F hitung* dan nilai *F tabel* dengan taraf $\alpha = 0,05$. Uji F

memiliki pengaruh signifikan jika f hitung lebih dari F tabel dengan Probabilitas kesalahan kurang dari 10% ($P < 0,1$).

Tabel 4.24
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333.318	4	83.329	66.296	.000 ^b
	Residual	182.256	145	1.257		
	Total	515.573	149			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Kelompok Referensi, Harga Premi, Produk

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda pada table 4.24, diperoleh F -hitung sebesar 66,296 dan F -tabel adalah 2,43 sehingga F -hitung $>$ F -tabel ($66,296 > 2,43$). Hal ini berarti variable harga premi, kelompok referensi, produk, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial ($uji-t$) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil yang di olah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.25
Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.684	.956		2.806	.006
1 Harga Premi	.173	.076	.192	2.284	.024
Kelompok Referensi	.196	.073	.205	2.679	.008
Produk	.202	.080	.217	2.538	.012
Religiusitas	.293	.085	.290	3.448	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Pengolahan SPSS 21

Suatu variabel dikatakan signifikan apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, di mana t -tabel yang diperoleh adalah 1,655, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga premi, kelompok referensi, produk dan religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar karna nilai t hitung tiap variabel tersebut lebih besar dari t tabel.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui factor-factor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah:

1. Pengaruh factor harga premi terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar

Terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi pertimbangan seseorang atau konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga

perusahaan harus mencari dan melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik minat konsumen akan suatu produk. Faktor harga menjadi salah satu poin penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena penetapan harga merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan. Harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang memuaskan akan mempengaruhi minat seseorang. Sedangkan jika harga yang dipasarkan tidak setara dengan manfaat didapat dari produk yang dibeli, maka seseorang akan berfikir dua kali untuk membelinya..¹³³

Sehingga penting bagi perusahaan untuk dapat mengetahui bagaimana menetapkan harga agar tidak menimbulkan kezholiman diantara kedua belah pihak. Seperti yang dikemukakan oleh Ibnu Taimiyyah bahwa tujuan utama dalam penetapan harga adalah memelihara keadilan dalam mengadakan transaksi timbal-balik dan hubungan-hubungan lain di antara anggota masyarakat. Pada konsep harga yang adil pihak penjual dan pembeli sama-sama merasakan adanya keadilan..¹³⁴

Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam ekonomi islam. Tujuan utama dari risalah para Rasul adalah untuk memberantas kezholiman dan menegakkan keadilan. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Para ulama, memandang bahwa keadilan merupakan unsur pokok dalam maqashid syariah, dalam menjunjung tinggi nilai kemaslahatan. Sayyid

¹³³Santri Zulaicha, Rusda Irawati, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, 2016, h. 124

¹³⁴Mubarroh Azizah, "Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah Dalam Perspektif Islam", *Jurnal UNISA*, Vol. XXXIV, No. 76, h. 78, 2012.

Qutb menyebutkan keadilan sebagai unsur pokok komprehensif dan terpenting dalam aspek seluruh kehidupan, karena dengan adanya keadilan maka dengan sendirinya melahirkan masalah dalam kehidupan.¹³⁵

Menurut Ali¹³⁶, prinsip-prinsip yang dijadikan sebagai pedoman dalam menetapkan harga premi dalam hal ini perusahaan asuransi syariah agar tidak menimbulkan kezholiman diantara kedua belah pihak yaitu: 1) tarif premi hendaknya memadai; 2) tidak terjadi diskriminatif; 3) tidak berlebih-lebihan; 4) tarif premi yang ditetapkan layak dan feasible; 4) menghindari kemungkinan adanya kerugian.

Hasil uji t yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar $0,024 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa factor harga premi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis menolak H_0 dan menerima H_a . Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa beberapa perusahaan asuransi syariah yang ada di Kota Makassar menjunjung tinggi nilai kemaslahatan dalam memasarkan produknya. Hal ini dibuktikan dari 150 responden, dominan terdapat 94 responden yang menjawab setuju pada item pertanyaan bahwa harga premi yang ditetapkan pada asuransi syariah sesuai dengan manfaat yang diperoleh responden dalam hal ini nasabah asuransi syariah.

Dari penelitian ini juga secara tidak langsung, dapat diketahui bahwa beberapa perusahaan asuransi syariah yang ada di Kota Makassar menerapkan

¹³⁵Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 59

¹³⁶Mubarroh Azizah, "Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah Dalam Perspektif Islam", *Jurnal UNISA*, Vol. XXXIV, No. 76, h. 78, 2012.

beberapa prinsip-prinsip dasar yang dikemukakan Ali dalam penentuan harga premi, yang mana poin-poin tersebut mencakup, tarif premi yang ditetapkan tidak menimbulkan diskriminatif dan tarif premi yang ditetapkan tidak merugikan pihak-pihak yang terlibat didalamnya. Dengan diterapkannya prinsip-prinsip tersebut maka secara tidak langsung perusahaan dalam hal ini asuransi syariah terdapat masalah yang diberikan kepada konsumennya lewat harga yang ditetapkan yang mana harga tersebut, sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumennya.

Sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Ibnu Timiyyah bahwa factor yang mempengaruhi penawaran akan produk di pasar adalah masalah, dalam menggapai kemaslahatan, produsen, didasari pada tingkat keimanan dari produsen. Semakin tinggi iman seorang produsen, maka semakin tinggi pula jumlah masalah yang terkandung dalam barang yang diproduksinya, sehingga produsen cenderung memperbanyak jumlah produksinya, produsen dengan tingkat keimanan “biasa” kemungkinan akan menawarkan barang dengan kandungan berkah minimum. Dalam kondisi seperti ini jika barang atau jasa yang ditawarkan telah mencapai kandungan berkah minimum, maka pertimbangan penawaran produsen selanjutnya akan didasarkan pada keuntungan semata tanpa memperhatikan manfaat yang diperoleh konsumennya.¹³⁷

Untuk itu penting bagi perusahaan dalam menetapkan suatu harga yang tidak menzolimi dirinya maupun pihak-pihak yang tergabung di dalamnya apalagi bagi perusahaan yang berlabelkan syariah, karena dominan masyarakat yang ada

¹³⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam (Jakarta:Rajawali Press,2009), h. 318

di Indonesia merupakan masyarakat yang beragama muslim sehingga hal-hal yang akan membawa kemaslahatan bagi dirinya akan menjadi factor penentu dalam memutuskan mengkonsumsi tidaknya suatu produk. Sebagaimana dengan firman Allah dalam QS Al-A'raf (7): 85

وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۖ قَالَ يَبْنَؤُمْ أَعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِّنْ إِلَهِ غَيْرُهُ ۖ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٨٥﴾

Terjemahnya:

Dan (Kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman".¹³⁸

dan QS Al-An'am (6): 52

مِّنْ عَلَيْكَ مَا وَجَّهَهُ يُرِيدُونَ وَالْعِشْيَ بِالْعَدْوَةِ رَبَّهُمْ يَدْعُونَ الَّذِينَ تَطْرُدُ وَلَا مِّنْ فَتَكُونَ فَتَطْرُدَهُمْ شَيْءٍ مِّنْ عَلَيْهِمْ حِسَابِكَ مِّنْ وَمَا شَيْءٍ مِّنْ حِسَابِهِمُ الظَّالِمِينَ ﴿٥٢﴾

¹³⁸Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 160

Terjemahnya:

Dan janganlah kamu mengusir orang-orang yang menyeru Tuhannya di pagi dan petang hari, sedang mereka menghendaki keridhaan-Nya. Kamu tidak memikul tanggung jawab sedikitpun terhadap perbuatan mereka dan mereka pun tidak memikul tanggung jawab sedikitpun terhadap perbuatanmu, yang menyebabkan kamu (berhak) mengusir mereka, (sehingga kamu termasuk orang-orang yang zalim).¹³⁹

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Intan Hidayatillah, dkk, yang menyatakan bahwa harga premi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pemegang polis dalam memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912, dengan asumsi bahwa jika harga premi yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen, maka hal ini akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk yang diinginkannya.¹⁴⁰

Dari adanya penelitian ini dapat penulis ketahui bahwa diantara indikator harga yang mendasari minat tidaknya masyarakat dalam memilih suatu produk didasarkan pada harga yang adil, yang merupakan dasar pegangan dalam transaksi islami. Keadilan dalam transaksi bisnis merupakan cerminan ketakwaan seorang muslim terhadap syariat islam. Harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan penindasan dan eksploitasi yang akan merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lainnya. Harga harus mencerminkan manfaat bagi

¹³⁹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 133

¹⁴⁰Intan Hidayatillah, dkk. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 2015, h. 12

pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.¹⁴¹

2. Pengaruh factor kelompok referensi terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar

Kelompok referensi dapat dijadikan sebagai referensi bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli tidaknya suatu produk, yang mana kelompok referensi adalah satu kelompok orang tertentu dalam masyarakat yang dijadikan acuan atau rujukan oleh seseorang sebagai pedoman dalam berperilaku maupun bertindak.¹⁴²

Sumarwan menyatakan bahwa kelompok referensi dapat mempengaruhi individu maupun masyarakat dalam bertindak dan mengambil keputusan setidaknya dengan tiga cara, yaitu dengan mereka memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri, dan menciptakan tekanan kenyamanan sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam hal memilih suatu produk ataupun merk.¹⁴³

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa factor kelompok referensi (X2) berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar. Dimana terdapat 150 responden yang digunakan dalam

¹⁴¹Mubarroh Azizah, "Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah Dalam Perspektif Islam", *Jurnal UNISA*, Vol. XXXIV, No. 76, h. 78, 2012.

¹⁴²Awliya Afwa, "Analisis Faktor Kelompok Referensi Perilaku Konsumen Dalam Siswa Memilih Bersekolah di SMK Ibnu Taimiyah Pekanbaru", *Jurnal Valuta*, Vol. 3, No. 2, (2017), h. 227

¹⁴³Hendri Apriyandi, Edy Yulianto, Sunarti, "Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50, No. 2, (2017), h. 183.

menentukan berpengaruh tidaknya factor kelompok referensi bagi masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah, diantara 150 responden, 75 responden yang menjawab setuju dengan item pertanyaan bahwa responden berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena responden termotivasi dari pengalaman teman responden yang lebih dulu menjadi nasabah asuransi syariah.

Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang telah memiliki pengalaman akan suatu produk dapat menjadi masukan bagi responden sehingga dapat mempengaruhi responden untuk memilih asuransi syariah sebagai tempat pengendalian risiko untuk menghadapi risiko yang mungkin akan terjadi dimasa yang akan datang. hal ini sesuai dengan teori Sumarwan¹⁴⁴ yang menyatakan bahwa terdapat tiga macam pengaruh yang ditimbulkan oleh kelompok referensi, dari ketiga macam pengaruh tersebut salah satu yang sesuai dengan hasil penelitian ini yaitu pada pengaruh informasi, dimana seseorang yang telah memiliki pengalaman langsung akan suatu produk atau jasa, akan lebih memudahkan calon pemakai dalam memperoleh informasi yang lengkap mengenai produk ataupun jasa tersebut, yang akhirnya kemudian merasa bahwa pemakaian atau rekomendasi oleh orang lain merupakan suatu hal yang bijaksana dan abash dalam memutuskan untuk membeli tidaknya suatu produk.

Hasil uji t yang diperoleh dalam penelitian ini adalah $0,008 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa factor kelompok referensi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di

¹⁴⁴Hendri Apriyandi, Edy Yulianto, Sunarti, "Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50, No. 2, (2017), h. 183.

Kota Makassar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis menolak H_0 dan menerima H_a . Hal ini menunjukkan bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam berasuransi syariah di Kota Makassar dan juga dapat membantu para agen dalam memasarkan produk-produk asuransi syariah.

Pengaruh kelompok referensi oleh individu dalam mengambil sebuah keputusan timbul karena adanya persepsi dari individu terhadap kelompok tersebut. Apabila individu menilai atau mempersepsikan kelompok tersebut positif maka individu akan percaya terhadap pengaruh yang diberikan oleh kelompok tersebut, begitu pula sebaliknya apabila individu mempersepsikan negatif maka individu tersebut tidak akan percaya pada pengaruh yang diberikan kelompok tersebut. Sehingga dalam hal ini, perlu bagi pemasar untuk dapat mengetahui siapa yang menjadi opini dari kelompok bersangkutan karena seorang kelompok referensi dari suatu kelompok dapat menjadi pengikut opini dalam kelompok yang lain.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Fahmirrianda Ramadhan (2013) bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan oleh nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta. Dengan asumsi bahwa kelompok referensi dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam hal memasarkan produk sedang dari

sisi konsumen, kelompok referensi dapat dijadikan acuan oleh konsumen dalam menentukan membeli tidaknya suatu produk yang diinginkannya.¹⁴⁵

Individu yang dipengaruhi oleh kelompok referensi hendaknya juga berhati-hati dalam mengambil sebuah keputusan, Hal ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Quran yang sifatnya umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Hujurat (49): 6.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَآءَكُمۡ فَاسِقٌۭ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا
عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِيْنَ ۖ

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.¹⁴⁶

Berdasarkan ayat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seorang muslim haruslah berhati-hati sebelum memutuskan suatu pilihan. Dalam hal ini asuransi syariah, maka nasabah maupun calon nasabah harus lebih dulu memahami bagaimana asuransi syariah itu sendiri, kebutuhan produk asuransi syariah seperti apa yang menjadi kebutuhan masyarakat namun apabila tidak mempunyai pengetahuan akan produk tersebut maka konsumen dapat menemukan informasi dari kelompok referensi yang tahu mengenai produk tersebut,

¹⁴⁵Fahmirrianda Ramadhan, “Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Religiusitas, dan Motivasi Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Berasuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta)”, Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, (2013), h.28

¹⁴⁶Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 516

konsumen dapat memutuskan untuk memilih produk asuransi syariah, agar dapat tercipta rasa percaya nasabah dengan perusahaan, produk dan merek yang mereka pilih.

3. Pengaruh factor produk terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar

Terdapat banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga perusahaan harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen. Faktor produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Produk yang dijual harus mempunyai kualitas yang baik, unik dan penampilan yang menarik sehingga dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli. Kualitas produk yang baik akan mendorong perusahaan untuk mempertahankan usahanya agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Kotler menyatakan bahwa produk adalah suatu yang dianggap memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa suatu benda, rasa, kegiatan orang, tempat, organisasi dan gagasan dimana suatu produk akan mempunyai nilai lebih dimata konsumen, jika memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain yang sejenis.¹⁴⁷

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa dominan responden yang menyatakan setuju pada factor produk, dengan item pernyataan bahwa responden

¹⁴⁷Gloria Tengor, Lotje Kawet, Sjendry Loindong, "Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eben Haezar Manado, Vol. 16, No. 4, 2016, h. 368.

berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena produk yang ditawarkan menarik dan mudah dipahami oleh responden, yang mana terdapat 98 responden menyatakan setuju. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono¹⁴⁸ bahwa konsumen dalam memutuskan membeli tidaknya suatu produk didasarkan pada unsur-unsur yang terdapat dalam produk tersebut, unsur-unsur tersebut terdiri dari kualitas produk, fitur produk, dan desain produk. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat berminat memilih menjadi nasabah asuransi syariah karena produk yang ada dalam asuransi syariah di Kota Makassar rata-rata memiliki produk yang menarik, berkualitas dan mudah dipahami oleh responden.

Dalam perspektif *syari'ah*, alasan mengapa seseorang memproduksi dan mengapa harus terlibat dalam kegiatan-kegiatan ekonomi adalah sebagai upaya untuk menjaga kemaslahatan. Aktivitas ekonomi, baik itu produksi dan konsumsi yang didasarkan pada *maslahah*, merupakan representasi proses meraih sesuatu yang lebih baik di dunia dan di akhirat. Segala tindakan ekonomi yang mengandung *maslahah* bagi manusia tadi disebut dengan kebutuhan (*needs*) yang harus dipenuhi.¹⁴⁹ Masyarakat yang ada di Kota Makassar berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena produk yang ditawarkan menarik, berkualitas dan mudah dipahami oleh responden sehingga dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa terdapat

¹⁴⁸Jasa Suatma, "Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario di Kota Semarang", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5, No. 2, h. 20, 2013.

¹⁴⁹Ririn Tri Puspita Ningrum, "Pemikiran Asy-Syatibi Tentang Maqashid Syari'ah Dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Modern", *Jurnal Studi Agama*, Vol. 2, No. 2, 2014, h. 147.

masalah yang diberikan perusahaan asuransi syariah kepada penggunanya lewat produk yang ditawarkannya.

Kemudahan responden dalam memahami suatu produk merupakan nilai plus bagi para agen dalam hal ini perusahaan asuransi syariah. Yang mana perusahaan yang berlabelkan syariah oleh masyarakat masih awam. seperti dalam asuransi syariah dalam pengelolaannya terdapat akad yang dilandai pada akad tabarru' sebagian masyarakat mungkin belum memahami arti dari kata tabarru' sehingga hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para agen dalam memasarkan produk asuransi syariah ke calon nasabah. Untuk itu pengetahuan agen juga sangat dibutuhkan agar informasi yang disampaikan dapat memberikan kepercayaan bagi nasabah maupun calon nasabah.

Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS Al-Ankabut (29): 43

وَتِلْكَ الْأَمْثَلُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ ﴿٤٣﴾

Terjemahnya:

Dan perumpamaan-perumpamaan ini Kami buat untuk manusia; dan tiada yang memahaminya kecuali orang-orang yang berilmu.¹⁵⁰

Peningkatan pengetahuan personal sangatlah penting bagi suatu organisasi jasa. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap sebuah produk, akan mampu berbicara panjang lebar mengenai produk tersebut dan dapat

¹⁵⁰Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 401

menyampaikan produk yang lebih baik kepada pelanggan. Proses penyampaian produk yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, karena pelanggan akan membandingkan informasi yang mereka dapat dengan pengalaman setelah menggunakan produk tersebut. Apabila informasi yang didapat berbanding lurus dengan pengalaman, maka persepsi positif pelanggan terhadap produk jasa tersebut akan semakin bertambah, dan selanjutnya dapat mendorong keputusan pelanggan untuk menggunakannya kembali di masa yang akan datang.¹⁵¹

Hasil uji t yang diperoleh dalam penelitian ini adalah $0,012 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa factor produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis menolak H_0 dan menerima H_a . Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kuat Ismanto¹⁵² bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, dalam memilih asuransi syariah adalah produk. Produk merupakan faktor penentu dalam pengambilan keputusan oleh konsumen. Dengan asumsi bahwa, semakin menarik dan bermanfaat suatu produk, maka akan sangat mempengaruhi minat seseorang dalam memutuskan untuk membeli tidaknya produk tersebut.

¹⁵¹Fitria Salahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelangga Hotel Grand Kalimas Surabaya", *Jurnal JESTT*, Vol. 2, No. 2, h. 183, 2015.

¹⁵²Kuat Ismanto, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016), h. 25-26

Sehingga dalam hal ini juga menandakan bahwa rasionalitas peserta asuransi akan produk tidak bisa dikesampingkan. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Swasta¹⁵³ bahwa faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor emosional dan faktor rasional. Aspek rasionalitas secara teoritis mampu menekan tingginya perilaku konsumsi yang berlebih, konsumen yang memiliki rasionalitas yang tinggi akan mampu memilih beberapa alternatif pilihan terhadap komoditas yang dapat memuaskan kebutuhannya. Rasionalitas berhubungan dengan aspek skala prioritas tentang pemilihan suatu komoditas tertentu untuk dapat memaksimalkan manfaat dari beberapa pilihan yang rasional.¹⁵⁴

4. Pengaruh factor religiusitas terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar

Dalam penelitian ini diketahui bahwa diantara 150 responden yang dijadikan sampel, terdapat 100 responden yang menyatakan setuju dengan item pernyataan yang dimaksud ialah responden menemukan kenyamanan dan rasa aman dalam menggunakan produk asuransi syariah sesuai dengan ajaran agama responden.

Dari hasil tersebut dapat dipahami bahwa asuransi syariah menjadi solusi bagi masyarakat dalam menghadapi risiko yang entah kapan dan bagaimana seseorang akan menghadapinya, sehingga hadirnya asuransi memberikan rasa

¹⁵³Santri Zulaicha, Rusda Irawati, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, 2016, h. 182.

¹⁵⁴Sheila Febriani Putri, dkk, "Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Rasionalitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-kota Semarang)", Vol. 5, No. 2, h. 183, 2016.

aman dan perlindungan bagi masyarakat yang tergabung didalamnya, secara ekonomis, asuransi syariah dikembangkan sebagai solusi atas ketidakmampuan sistem ekonomi ribawi selama ini, dalam menghadapi permasalahan ekonomi yang semakin banyak dan kompleks. Lebih dari itu, tujuan utama dari adanya asuransi syariah adalah untuk mencapai dan mewujudkan kesejahteraan umat secara luas baik didunia dan akhirat dengan sistem tolong menolong.¹⁵⁵

Dengan mengacu pada tujuan utama ini, maka maqashid merupakan pedoman dalam mengembangkan operasional produk yang ada dalam asuransi syariah. Maqashid syariah dapat dikatakan sebagai kemaslahatan umat manusia. Kemaslahatan diartikan sebagai segala sesuatu yang menyangkut rizki manusia, pemenuhan penghidupan manusia dan perolehan apa-apa yang dituntut oleh kualitas-kualitas emosional dan intelektualnya.¹⁵⁶ Untuk itulah mengapa responden dalam hal ini nasabah asuransi syariah menemukan kenyamanan dan rasa aman dalam menggunakan produk-produk asuransi syariah. Karena diantara 5 Al-khulliyat Al-khams dalam maqashid syariah semuanya ada dalam pelaksanaan asuransi syariah seperti Hifdz Ad-Din (perlindungan terhadap agama), Hifdz An-Nafs (perlindungan terhadap jiwa), Hifdz Al-‘Aql (perlindungan terhadap akal), Hifdz Al-Mal (perlindungan terhadap harta), Hifdz An-Nasl (perlindungan terhadap keturunan).¹⁵⁷

¹⁵⁵Yudi Setiawan, “Analisa Respon Masyarakat Muslim Kota Medan Terhadap Asuransi Syariah”, *Jurnal At-Tawassuth*. Vol. 1, No. 2, (2018), h. 400

¹⁵⁷Nilda Susilawati, “Stratifikasi Al-Maqasid Al-Khamsah dan Penerapannya Dalam Al-Dharuriyat, Al-Hajjiyat, Al-Tahsiniyyat”, *Jurnal MIZANI*, Vol. 11, No. 1, 2013, 2016, h. 6

Sehingga seseorang yang mengasuransikan dirinya akan dimudahkan ketika terjadi sesuatu seperti misalnya perampokan, pencurian, kebakaran dan kecelakaan. Semua kejadian itu akan berdampak pada diri tiap individu atau dalam suatu lingkup keluarga suka atau tidak, siap atau tidak, mau atau tidak. Salah satu konsekuensi dari risiko tersebut adalah timbulnya masalah keuangan dalam keluarga. Asuransi hanya lebih kepada mengantisipasi diri agar siap secara keuangan bila musibah terjadi. Asuransi tidak bisa mengobati rasa sedih kehilangan orang yang dicinintai. Kendati begitu, Asuransi dapat menolong sekurang-kurangnya dari aspek finansial, untuk menghadapi dampak dari musibah.

Hasil uji t yang diperoleh dalam penelitian ini adalah $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa factor religiusitas (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis menolah H_0 dan menerima H_a .

Dari hasil tersebut juga dapat diketahui bahwa rata-rata responden dalam memilih menjadi nasabah asuransi syariah dilandasi pada ajaran agama yang telah dianutnya. Hal ini sejalan dengan teori Ghufroon & Risnawati¹⁵⁸ yang menyatakan bahwa apabila seseorang mengamalkan setiap ajaran dalam agamanya, maka segala sesuatu yang dilakukannya akan dipertimbangkan berdasarkan perintah agamanya. Termasuk ketika seseorang mengambil sebuah keputusan, maka

¹⁵⁸Sri Rahayu Widayati, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Akuntansi Syariah, Pelatihan Profesional Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Berkarir Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta)", Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, *Skripsi*, h. 13, 2017.

keputusan yang akan diambilnya dipertimbangkan sesuai dengan ilmu agama yang dipahaminya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Firmansyah dan Mas'ud yang meneliti mengenai pengaruh religiusitas terhadap penggunaan jasa, yang mana dalam penelitian tersebut memberikan pembuktian terhadap penelitian sebelumnya oleh Esso & Dibb, yang menyimpulkan bahwa religiusitas mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Religiusitas merupakan gelar bagi seseorang dalam berkomitmen pada suatu kelompok agama tertentu.¹⁵⁹

Selain Firmansyah dan Mas'ud, hasil penelitian yang dilakukan oleh Leliya dan Maya kurniasari juga memberikan hasil bahwa salah satu factor yang mempengaruhi minat masyarakat berasuransi syariah adalah factor religiusitas simulti yang merupakan faktor pengetahuan dan pengalaman keberagaman yang mendorong seseorang untuk memilih asuransi syariah.

Religiusitas merupakan suatu gambaran yang mengandung seperangkat nilai, suatu kepercayaan yang dimiliki setiap individu baik dari segi berusaha, mengkonsumsi, maupun kegiatan produksi. Dalam hal mengkonsumsi, konsumen yang religious akan berpegang teguh pada produk yang halal, baik itu dari cara memperolehnya maupun memprosesnya. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS al-Baqarah (2): 168.

¹⁵⁹Kuat Ismanto, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016), h. 19

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ

لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.¹⁶⁰

Secara jelas “*halalan tayyiban*” merupakan suatu hal yang penting, sehingga dalam mengkonsumsi suatu produk, bukan hanya dari segi halal tidaknya suatu produk saja, tetapi yang harus diperhatikan juga adalah *tayyib* (baik).

5. Pengaruh Harga Premi, Kelompok Referensi, Produk, Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa ke-empat variable yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga premi, kelompok referensi, produk dan religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa masyarakat yang ada di Kota Makassar sadar bahwa manusia tidak akan pernah terhindar dari yang namanya risiko. Sebagaimana dijelaskan dalam QS Al-A'raf (7): 34

¹⁶⁰Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 25

وَلِكُلِّ أُمَّةٍ أَجَلٌ فَإِذَا جَاءَ أَجْلُهُمْ لَا يَسْتَأْخِرُونَ سَاعَةً وَلَا يَسْتَقْدِمُونَ ﴿١٦١﴾

Terjemahnya:

Dan setiap umat mempunyai ajal (batas waktu). Apabila ajalnya tiba, mereka tidak dapat meminta penundaan atau percepatan sesaat pun.¹⁶¹

Berdasarkan ayat diatas maka dapat disimpulkan bahwa setiap manusia akan senantiasa berhadapan dengan kemungkinan terjadinya malapetaka dan bencana yang dapat membawa kerugian dalam hidupnya. Sebagai seorang muslim, manusia hanya bisa meyakini bahwa rangkaian peristiwa tersebut bisa jadi berupa cobaan, teguran maupun azab yang datangnya dari Allah. Dalam tataran tersebut, semuanya berada dalam bingkai jargon agama qadha dan qadar Allah yang berlaku bagi semua makhluk-Nya. Manusia dituntut untuk menghadapi peristiwa-peristiwa itu dengan segala upaya, ikhtiyar dan doa agar apa yang menderanya dapat diminimalisir dampak yang diakibatkannya.¹⁶² Disinilah pentingnya asuransi bagi masyarakat dalam menghadapi era kemajuan sekarang ini yang penuh dengan risiko.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti di Kota Makassar mengenai minat masyarakat memilih asuransi syariah dapat diketahui bahwa rata-rata masyarakat di Kota Makassar berminat menjadi nasabah asuransi syariah, yang mana dari segi harga premi, responden berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena menurut responden harga premi yang ditetapkan pada asuransi

¹⁶¹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 282

¹⁶²Muh Fudhail Rahman, "Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Al-Adalah*, Vol. 5, Np. 1, (2011), h. 25

syariah sesuai dengan manfaat yang responden peroleh. Selain itu, dari variable religiusitas menunjukkan bahwa responden menemukan kenyamanan dan rasa aman dalam menggunakan produk asuransi syariah sesuai dengan ajaran agama responden .

Dari sini dapat diketahui bahwa asuransi syariah membawa pengaruh yang baik bagi masyarakat yang sadar akan pentingnya asuransi syariah, karena masyarakat yang paham bahwa manusia hidup didunia ini tidak akan pernah terhindar dari yang namanya risiko akan menjadikan asuransi sebagai proteksi dalam menghadapi dampak buruk yang mungkin terjadi dimasa mendatang, untuk itulah mengapa responden dalam hal ini nasabah asuransi syariah merasa nyaman dan aman setelah menjadi nasabah asuransi syariah.

Maqashid syariah dijadikan sandaran utama dalam setiap pengembangan operasional dan produk-produk yang ada di asuransi syariah. Karena secara global tujuan syariah yaitu untuk *kemaslahatan* manusia seluruhnya, baik didunia maupun di akhirat, sebagaimana termaktub dalam QS. al-Anbiya (21): 107 yang merupakan landasan dasar keuniversalan Islam.¹⁶³



Terjemahnya:

¹⁶³Siti Muarofah, “Tinjauan Maqashid Asy-Syariah Terhadap Produk Asuransi Jiwa (Brilliance Hasanah Protection Plus) di PT. Sun Life Fianancial Syariah Kartasura”, Surakarta: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Surakarta, *Skripsi*, 2018, h. 98

Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.¹⁶⁴

Maqashid Syariah dapat diartikan sebagai kemaslahatan umat manusia. Kemaslahatan diartikan sebagai segala hal yang dapat memenuhi penghidupan manusia, menyangkut rizki manusia, dan perolehan terhadap segala hal yang apa-dituntut oleh kualitas intelektual dan emosional manusia. Untuk itulah mengapa responden dalam hal ini nasabah asuransi syariah menemukan kenyamanan dan rasa aman dalam menggunakan produk-produk asuransi syariah, karena diantara 5 Al-khulliyat Al-khams dalam maqashid syariah semuanya ada dalam pelaksanaan asuransi syariah seperti Hifdz Ad-Din (perlindungan terhadap agama), Hifdz An-Nafs (perlindungan terhadap jiwa), Hifdz Al-‘Aql (perlindungan terhadap akal), Hifdz Al-Mal (perlindungan terhadap harta), Hifdz An-Nasl (perlindungan terhadap keturunan).¹⁶⁵

Sehingga seseorang yang mengasuransikan dirinya akan dimudahkan ketika terjadi sesuatu seperti misalnya mengalami kesulitan atau bahkan meninggal dunia, sedangkan belum mempunyai tabungan untuk keluarganya saat ditinggalkan nanti, disinilah fungsi asuransi syariah sebagai pengendali risiko.

Tidak dapat dipungkiri bahwa masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa asuransi syariah merupakan suatu hal yang tidak dibenarkan oleh syar’i karena mengandung unsur gharar, riba dan maysir, hal ini disebabkan karena masyarakat Indonesia memandang dan menganggap bahwa sesuatu yang

¹⁶⁴Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 331

¹⁶⁵Intan Ayu Nur Wegayanti, *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*, Skripsi, h. 41.

berlabelkan syariah merupakan suatu hal yang cukup unik. Sehingga masyarakat berharap besar terhadap lembaga yang berlabelkan syariah dan beranggapan bahwa lembaga yang berlabelkan syariah merupakan suatu hal yang ideal. Akibatnya muncullah paradigma dimasyarakat bahwa syariah merupakan suatu kebaikan sehingga segala urusan akan menjadi lebih mudah, lebih murah, lebih fleksibel dan lebih unggul daripada konvensional. Paradigma yang ada sekarang ini bukanlah kesalahan tetapi menjadi keliru apabila masyarakat yang ada hanya menuntut tanpa mau berkorban.

Sebagaimana yang diketahui bahwa mindset masyarakat mengenai konvensional telah berakar dalam kehidupan setiap masyarakat, sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengan muamalah menjadi ambigu diterima dikalangan masyarakat. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman masyarakat akan nilai-nilai islam yang telah diajarkan dan di contohkan oleh Rasulullah SAW. Pada hakikatnya ekonomi islam berlandaskan pada Alqur'an dan Hadis maka saat ini yang diperlukan adalah para pelaku ekonomi islam baik pengguna maupun pemakai jasa agar menjadikan Al-Qur'an dan Hadis sebagai pedoman. Barulah ekonomi islam sebagaimana dalam paradigma masyarakat mudah, murah, fleksibel, berkualitas dan berkah hadir ditengah-tengah masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga Premi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar dengan t hitung sebesar 2.806 dengan nilai P-value sebesar $0.024 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa penentuan suatu harga sangatlah berpengaruh pada keputusan konsumen. Semakin terjangkau harga suatu produk dengan kualitas yang tinggi, akan mempengaruhi minat seseorang untuk membeli, namun apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat dari produk yang dibeli maka konsumen akan berfikir dua kali untuk membelinya kembali
2. Kelompok Referensi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar dengan t hitung sebesar 2.679 dengan nilai P-value sebesar $0.008 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang telah memiliki pengalaman langsung akan suatu produk atau jasa (kelompok referensi/acuan), akan lebih memudahkan calon pemakai dalam memperoleh informasi yang lengkap mengenai produk ataupun jasa tersebut, yang akhirnya kemudian merasa bahwa rekomendasi dari orang lain merupakan suatu hal yang bijaksana dan abash dalam memutuskan untuk membeli tidaknya suatu produk.

3. Produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar dengan t hitung sebesar 2.538 dengan nilai P-value sebesar $0.012 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa, produk merupakan faktor penentu dalam pengambilan keputusan oleh konsumen. Dengan asumsi bahwa, semakin menarik dan bermanfaat suatu produk, maka akan sangat mempengaruhi minat seseorang dalam memutuskan untuk membeli tidaknya produk tersebut.
4. Religiusitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di Kota Makassar dengan t hitung sebesar 3.448 dengan nilai P-value sebesar $0.001 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa, apabila seseorang mengamalkan setiap ajaran dalam agamanya, maka segala sesuatu yang dilakukannya akan dipertimbangkan berdasarkan perintah agamanya. Termasuk ketika seseorang mengambil sebuah keputusan, maka keputusan yang akan diambilnya dipertimbangkan sesuai dengan ilmu agama yang dipahaminya.

B. Saran

Adapun saran peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Perusahaan hendaknya lebih kreatif lagi dalam menciptakan produk yang menarik, yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di zaman sekarang ini dan

tentunya dapat dijangkau oleh masyarakat menengah kebawah agar dapat merasakan manfaat dari asuransi syariah itu sendiri

- b. Perusahaan hendaknya lebih sering mengadakan sosialisasi tentang produk asuransi syariah ke pelosok-pelosok daerah yang belum memahami dan mengetahui mengenai asuransi syariah.

2. Bagi peneliti

Penulis berharap penelitian ini dapat dilanjutkan dengan objek dan sudut pandang yang berbeda oleh peneliti selanjutnya dengan ruang lingkup yang lebih luas terkait variable dan jumlahnya, maupun teknik analisis data yang digunakan sehingga dapat memperkaya khasanah kajian ekonomi islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Prabowo, Heriyanto, Analisis Pemanfaatan Buku Elektronik (E-Book) Oleh Pemustaka di Perpustakaan SMA Negeri 1 Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*. Vol. 2, No. 2, 2013
- Adhim, Fauzan. Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren. *Jurnal Ekonomi Moderasi*, Vol. 5, No. 2, 2009.
- Afdawaiza, "Uncertainty (Ketidakpastian) dan Antisipasinya Dalam Perspektif Keuangan Islam", *Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 45, No. 2, 2011
- Afwa, Awliya. Analisis Faktor Kelompok Referensi Perilaku Konsumen Dalam Siswa Memilih Bersekolah di SMK Ibnu Taimiyah Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, Vol. 3, No. 2, 2017.
- Alfi, Azizah, Nur, dkk. Perkembangan IKNB: Jalan Berliku Industri Asuransi Syariah", dikutip dari [https:// m.bisnis. com/ sumatra /read /20181204 /444/865958 / perkembangan- iknb-jalan-berliku-industri-asuransi-syariah](https://m.bisnis.com/sumatra/read/20181204/444/865958/perkembangan-iknb-jalan-berliku-industri-asuransi-syariah), (Diakses pada tanggal 23 November 2019).
- Alkarimah, Syifa. Implementasi Maqashid Syariah pada Asuransi Syariah," <https://www.dakwatuna.com/2018/05/23/92588/implementasi-maqashid-syariah-pada-asuransi-syariah/amp/>, Diakses pada 19 Oktober 2019.
- Amalia, Euis. Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. 5, No.1, 2013.
- Apriyandi, Hendri, dkk. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50, No. 2, 2017
- Azizah, Mubarroh. Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah Dalam Perspektif Islam. *Jurnal UNISA*, Vol. XXXIV, No. 76, 2012.
- Badan Pusat Statistik. Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut di Provinsi Sulawesi Selatan. dikutip dari [https://sulsel.bps.go.id/dynamictable /2016/08/ 15/291/jumlah -penduduk-menurut- kabupaten- kota-dan-agama-yang- dianut-di-provinsi -sulawesi-selatan-2015. html](https://sulsel.bps.go.id/dynamictable/2016/08/15/291/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-di-provinsi-sulawesi-selatan-2015.html). (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019)
- Damisa, Arti. Asuransi Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal At-Tijarah*, Vol. 2, No. 2, h. 172, 2016.

- Databoks,. Jumlah Penduduk Kota Makassar Mencapai 17% Penduduk Sulawesi Selatan. dikutip dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/23/jumlah-penduduk-kota-makassar-mencapai-17-penduduk-sulawesi-selatan>, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019)
- Fitriani, Annisa. Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan Psychological Well Being. *Jurnal Al-AdYan*, Vol. XI, No. 1, 2016
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dalam Program IBM SPSS 2*, Semarang: Badan Penerbit Universitas di Ponogoro, 2013.
- Gunawan, Imam, *Pengantar Statistik Inferensial*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Hidayatillah, Intan, dkk. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 2015.
- Hikmah, Nisa Ul. Analisis Tingkat Pemahaman Dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Indonesia Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis. *Jurnal Al- Muzara'ah*, Vol. 5, No. 1, 2017.
- Indriantoro, Nur Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis(untuk akuntan dan manajemen)* edisi 1, Yogyakarta: BPFE, 2013.
- Infantri, Aditya Dwi. Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Honda CB150R Streetfire di Surabaya. *Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No. 2, 2014.
- Irawan, Mul. Politik Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Media Hukum*, Vol. 25, No. 1, 2018.
- Ismanto, Kuat. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan. *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, 2016.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007.
- Kuncoro Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis &Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Kusumawati, Dessy Arum. Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Premi Asuransi Mitra Mabur Terhadap Preferensi Nasabah AJB Bumiputera 1921 Syariah Cabang Surakarta. Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, *Skripsi*, 2017
- Leliya, dkk. Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential. Cirebon: Dosen Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, 2016.

- Muarofah, Siti. Tinjauan Maqashid Asy-Syariah Terhadap Produk Asuransi Jiwa (Brilliance Hasanah Protection Plus) di PT. Sun Life Fianancial Syariah Kartasura. Surakarta: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Skripsi, 2018.
- Musianto, Lukas S. Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 4, No. 2, 2002.
- Moh Nasuka, “Maqasid Syari’ah Sebagai Dasar Pengembangan Sistem, Praktik, Dan Produk Pebankan Syariah”, *Jurnal Syari’ah dan Hukum Diktum*, Vol. 15, No. 1, 2017.
- Nisak, Arifatun, dkk. Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari’ah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah Semarang. *Jurnal*, Vol. 2, No. 1, 2013.
- Ningrum, Ririn Tri Puspita. Pemikiran Asy-Syatibi Tentang Maqashid Syari’ah Dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Modern. *Jurnal Studi Agama*, Vol. 2, No. 2, 2014.
- OJK, Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia. dikutip dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/default.aspx>, (Diakses pada tanggal 24 November 2019).
- Putri, Sheila Febriani, dkk. Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Rasionalitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-kota Semarang). Vol. 5, No. 2, 2016.
- Purnomo, Agus. Analisa Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, 2017.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) ,*Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2009)
- Ramadhani, Herry. Prospek Dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah Di Indonesia. *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 1, No. 1, 2015.
- Rahman, Muh Fudhail. Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Al-Adalah*, Vol. 5, Np. 1, 2011.
- Riyono, dkk. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, 2016.
- Ramadhan, Ikromullah, Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah. Jakarta: Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, *Skripsi*. (2015), h. 1
- Rauf, Fakra. OJK: Kesadaran Berasuransi Syariah di Sulsel Baru 15%”, dikutip dari <http://ekonomi.djournalist.com/read/2018/04/05/1159/ojk-kesadaran> -

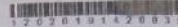
- berasuransi-syariah-di-sulsel-baru-15. (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019).
- Supriyo, Manajemen Risiko Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol. 5, No. 1, 2017.
- Salma, Fitria Salahika, dkk. Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Surabaya. *Jurnal JESTT*, Vol. 2, No. 2, 2015.
- Sari, Nurma. Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah. *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, 2017.
- Susilawati, Nilda. Stratifikasi Al-Maqasid Al-Khamsah dan Penerapannya Dalam Al-Dharuriyat, Al-Hajjiyat, Al-Tahsiniyyat. *Jurnal MIZANI*, Vol. 11, No. 1, 2013, 2016.
- Santoso, Muhammad Heri. Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah, Dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, 2016.
- Setiawan, Yudi. Analisa Respon Masyarakat Muslim Kota Medan Terhadap Asuransi Syariah. *Jurnal At-Tawassuth*. Vol. 1, No. 2, 2018.
- Sabiti, Mustica Bintang, dkk. Efisiensi Asuransi Syariah Di Indonesia Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis. *Jurnal Al- Muzara'ah*, Vol. 5, No. 1, 2017.
- Susanti, Reni, "Baru 1,7 Persen Penduduk Indonesia yang Memiliki Asuransi", dikutip dari <https://amp.kompas.com/ekonomi/read/2018/11/17/200454426/baru-17-persen-penduduk-indonesia-yang-memiliki-asuransi>, (Diakses pada tanggal 19, Oktober, 2019)
- Sudaryono. *Metode Penelitian*, Ed. I cet. I. Jakarta : Rajawali Pers, 2017.
- Siregar, Sofyan. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian* Cet. 1: Raja Grafindo Pusaka, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2010.
- Suryanto, Asep, Adah Sa'adah. Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada BMT Daarut Tauhid Bandung. *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. , No. 1, 2019.
- Suatma, Jasa. Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5, No. 2, 2013.
- Suganda, Asep Dadan. Mengurangi Tingkat Risiko Dengan Manajemen Islami. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 2, 2015.

- Trimulato. Manajemen Risiko Berbasis Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, Vol. 1, No. 1, 2017.
- Toriquddin' Moh. Teori Maqashid Syari'ah Perspektif Al-Syatibi. *Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 6, No. 1, 2014.
- Tengor, Gloria, dkk. Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eben Haezar Manado, Vol. 16, No. 4, 2016.
- Utami, Dwi Ana Ratna. Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, 2017.
- Utami, Riri Putri, dkk. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan*, Vol. 6, No. 2, 2017.
- Ummah, Inayatul. Pengaruh Financial Consultant (FC) Dan Besaran Premi Terhadap Permintaan Asuransi Fund Amani Syari'ah Di Kota Serang (Studi di Group Agency Vision Platinum PT. Zurich Topas Life (ZTL) Serang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 1, 2016.
- Wegayanti, Intan, Ayu Nur i. *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*, Skripsi, 2012
- Widayati, Sri Rahayu. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Akuntansi Syariah, Pelatihan Profesional Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Berkarir Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta). Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, *Skripsi*, 2017.
- Wikipedia. Risiko. dikutip dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Risiko>, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019)
- Yulianto, Dedi. Strategi Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Lampung. Lampung: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, *Skripsi*, 2018.
- Zulaicha, Santri, dkk. Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, 2016.



LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 38/8.61/PTSP/2020
Lampiran :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Wakil Kota Makassar

di-
Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar Nomor : 004/EB.U/PP.00.9/12/2019 tanggal 31 Desember 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : NURUL RAHMANIA
Nomor Pokok : 90100116006
Program Studi : Ekonomi Islam
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. Siti Alauddin No. 63, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di domisili/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MEMILIH ASURANSI BERBASIS SYARIAH DI KOTA MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tol. 13 Januari s/d 01 Februari 2020

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demiikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya

Diberitikan di Makassar
Pada tanggal : 06 Januari 2020

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selektu Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

A.M. YAMIN, SE., MS.
Pangkat : Pembina Utama Madya
Nip : 19610613 199002 1 002

Terseluran Yth.
1. Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar di Makassar,
2. Penitipggal.

386VP/PTSP/00-04/2020

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
MAKASSAR



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Ahmad Yani No 2 Makassar 90111
Telp +62411 - 3615957 Fax +62411 - 3615997
Email: kesbang@makassar.go.id Home page: <http://www.makassar.go.id>

Makassar, 13 Januari 2020

K e p a d a

Nomor : 070 / 35 - II/BKBP/2020
Sifat :
Perihal : Izin Penelitian

Yth. CAMAT SE-KOTA MAKASSAR

DI -
MAKASSAR

Dengan Hormat,

Menunjuk Surat dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 38/S.01/PTS/P/2020 Tanggal 06 Januari 2019, Perihal tersebut di atas, maka bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa

Nama : NURUL RAHMANIA
NIM / Jurusan : 90100116008 / Ekonomi Islam
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / UIN Alauddin
Alamat : Jl. Sit Alauddin No. 83, Makassar
Judul : "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MEMILIH ASURANSI BERBASIS SYARIAH DI KOTA MAKASSAR"

Bermaksud mengadakan *Penelitian* pada instansi / Wilayah Bapak, dalam rangka *Penyusunan Skripsi* sesuai dengan judul di atas, yang akan dilaksanakan mulai tanggal 13 Januari s/d 01 Februari 2020.

Sehubungan dengan hal tersebut, pada prinsipnya kami dapat menyetujui dengan memberikan surat rekomendasi izin penelitian ini.

Demikian disampaikan kepada Bapak untuk dimaklumi dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasilnya kepada Walikota Makassar Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik.



Ir. H. JAMAING, M.Sc
Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP : 19601231 196003 1 084

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Prov. Sul - Sel. di Makassar;
2. Kepala Unit Pelaksana Teknis P2T Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah Prov. Sul Sel di Makassar;
3. Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar di Makassar;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN
M A K A S S A R

Lampiran 1

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah di Kota Makassar

Hal: Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di tempat.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir/skripsi sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (UINAM), saya :

Nama : Nurul Rahmania

NIM : 90100116008

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul
"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MEMILIH ASURANSI BERBASIS SYARIAH DI KOTA MAKASSAR"

Untuk itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menjadi responden dengan mengisi lembar kuesioner ini secara melengkapi dan sebelumnya saya mohon maaf telah mengganggu waktunya. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan tidak digunakan sebagai pendataan di tempat Bapak/Ibu/Saudara/I tinggal, sehingga kerahasiaannya akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pertanyaan dan pernyataan dalam penelitian ini, saya sampaikan banyak terimakasih.

Deskripsi responden

1. Nama :

2. Alamat :

3. Jenis Kelamin

- a. Perempuan
- b. Laki-laki

4. Umur

- a. 18-24 Tahun
- b. 25-34 Tahun
- c. 35-44 Tahun
- d. 45-54 Tahun
- e. > 55 Tahun

5. Pendidikan

- a. SMA
- b. Diploma
- c. Sarjana
- d. Lainnya

6. Pendapatan

- a. <Rp. 3.000.000
- b. Rp. 3.000.001-Rp. 7.500.000
- c. Rp. 7.500.001-Rp. 10.000.000
- d. >Rp 10.000.001



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN

MAKASSAR

PERTANYAAN

1. Variabel Harga Produk

Indikator: Keterjangkauan harga						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya tarif premi pada asuransi syariah terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat					
Indicator: Perbandingan harga dengan merek lain						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya lebih tertarik menjadi nasabah asuransi syariah daripada asuransi konvensional karena tariff premi yang dibayarkan lebih ringan yaitu hanya membayar iuran dana social saja					
2	Saya lebih tertarik menjadi nasabah asuransi syariah daripada asuransi konvensional karena tidak terdapat unsur bunga dalam perhitungan tarif premi					
Indicator: kesesuaian dengan kualitas						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga premi yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang saya peroleh					

2. Variabel Kelompok Referensi

Indikator: Keaktifan kelompok referensi						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS

1	Teman saya banyak yang menggunakan produk asuransi syariah					
2	Saudara saya banyak yang menganjurkan untuk menggunakan produk asuransi syariah					
Indikator: Pengetahuan kelompok referensi						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut teman saya yang telah menjadi nasabah asuransi syariah, bahwa asuransi berbasis syariah lebih memuaskan baik dalam hal pelayanan, produk yang dijual maupun manfaat yang didapat					
Indicator: Pengalaman kelompok referensi						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah, karena saya termotivasi dari pengalaman teman saya yang lebih dulu menjadi nasabah asuransi syariah					

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

3. Variabel Produk

Indikator: Perceived quality						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena produk yang ada dalam asuransi syariah menarik dan mudah dipahami					
2	Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karna menurut saya produk yang					

	ada dalam asuransi syariah lebih meyakinkan karena sesuai dengan ketentuan syariah					
3	Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena menurut saya produk asuransi syariah lebih menjamin proteksi dimasa yang akan datang dibandingkan asuransi konvensional					
Indikator: Product adjustment						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk asuransi syariah sudah sesuai dengan kebutuhan setiap orang dizaman sekarang ini					

4. Variabel Religiusitas

Indikator: Dimensi pengalaman						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menemukan kenyamanan dan rasa aman dalam menggunakan produk asuransi syariah sesuai dengan ajaran agama saya					
Indikator: Dimensi konsekuensi						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Menjadi nasabah asuransi syariah membuat kehidupan saya bermakna selaras dengan agam saya					
Indicator: Dimensi praktik agama						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS

1	Dengan menggunakan produk asuransi syariah, saya merasa telah mengikuti ajaran agama saya					
Indikator: Dimensi keyakinan						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya menjadi nasabah asuransi syariah sudah sesuai dengan ajaran agama saya					

Indikator: Keyakinan						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena saya yakin dan percaya bahwa manusia hidup didunia ini tidak akan pernah terhindar dari yang namanya risiko					
2	Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena memiliki DPS yang mengawasi seluruh produk yang dipasarkan termasuk pengelolaan dana yang dilakukan oleh perusahaan asuransi syariah sehingga saya merasa yakin memilih asuransi syariah sebagai proteksi dini					
Indikator: Ketertarikan						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik menjadi nasabah asuransi syariah karena dalam pengelolaannya tidak terdapat unsur riba, gharar, maysir yang dapat mendzolimi pihak-pihak					

	yang terlibat didalamnya					
Indikator: Keinginan						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena terdapat unsur tolong menolong dalam kebaikan					

harga premi				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Skor
5	4	3	5	17
5	4	4	5	18
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
5	4	3	5	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	3	5	17
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	4	3	5	17
4	4	3	4	15
5	5	4	5	19
4	3	3	4	14
4	4	4	4	16

3	3	3	3	12
5	5	4	5	19
4	5	5	5	19
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	4	4	5	18
3	3	3	4	13
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
5	5	4	5	19
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
4	4	3	4	15
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

5	4	4	5	18
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20

3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	4	3	4	15
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
4	4	3	4	15
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
5	5	4	5	19

kelompok referensi				
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Skor
5	3	5	5	18
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	2	4	4	14
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	3	5	5	18
4	4	4	4	16
5	3	5	5	18
5	3	5	5	18
5	5	5	5	20
3	2	4	4	13
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	3	5	5	18
4	4	5	5	18
4	5	5	4	18
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
5	4	5	5	19
3	4	3	4	14
4	5	4	5	18
3	3	3	3	12
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18

5	4	4	4	17
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
3	3	3	4	13
4	4	5	5	18
4	2	4	4	14
5	5	4	5	19
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	2	4	3	13
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	4	3	3	13
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
3	3	3	3	12
4	5	4	4	17
5	4	4	5	18
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20

5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	4	5	5	18
4	5	4	4	17
4	3	4	4	15
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
4	3	4	4	15
4	5	4	4	17

4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
4	3	4	4	15
4	5	4	5	18
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	3	4	4	15
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
4	5	4	5	18
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16

produk				
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Skor
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	4	4	17
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	3	4	15
4	4	5	5	18
3	3	3	3	12
5	5	4	4	18
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
5	5	4	4	18
4	4	3	4	15
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16

5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	3	3	3	13
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
3	3	3	3	12
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	4	5	4	18

5	4	4	4	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	3	3	3	13
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19

4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18

religiusitas				
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Skor
5	4	4	4	17
5	4	5	4	18
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
5	4	5	4	18
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17

5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
5	4	5	5	19
4	4	3	4	15
5	4	5	5	19
3	3	3	3	12
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	3	4	3	14
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16

4	3	4	3	14
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	3	3	3	13
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	3	3	3	13
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
5	5	4	5	19

5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20

minat				
Y1	Y2	Y3	Y4	Skor
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
4	4	5	4	17
5	5	5	4	19
4	4	5	4	17
5	5	5	4	19
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

5	5	5	4	19
3	3	3	3	12
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
5	5	5	4	19
4	4	3	3	14
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17

4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	3	3	3	13
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
5	5	4	4	18
4	5	5	5	19
5	5	4	4	18
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	5	5	5	19
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	5	4	5	19

5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20

Lampiran 2

Uji Asumsi Klasik

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.646	.637	1.12113

a. Predictors: (Constant), religiusitas, kelompok referensi, harga premi, produk

b. Dependent Variable: minat

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333.318	4	83.329	66.296	.000 ^b
	Residual	182.256	145	1.257		
	Total	515.573	149			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), religiusitas, kelompok referensi, harga premi, produk

Coefficients^a

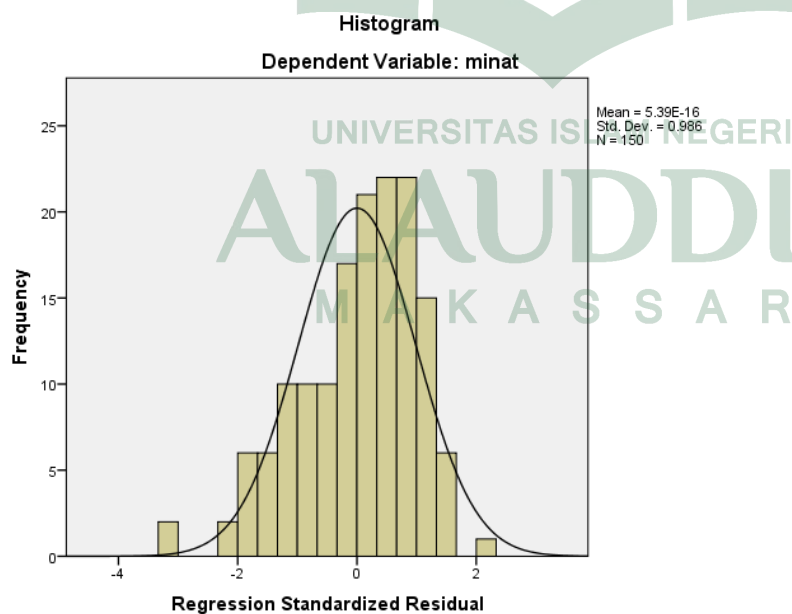
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.684	.956		2.806	.006
	harga premi	.173	.076	.192	2.284	.024
	kelompok referensi	.196	.073	.205	2.679	.008
	Produk	.202	.080	.217	2.538	.012
	Religiusitas	.293	.085	.290	3.448	.001

a. Dependent Variable: minat

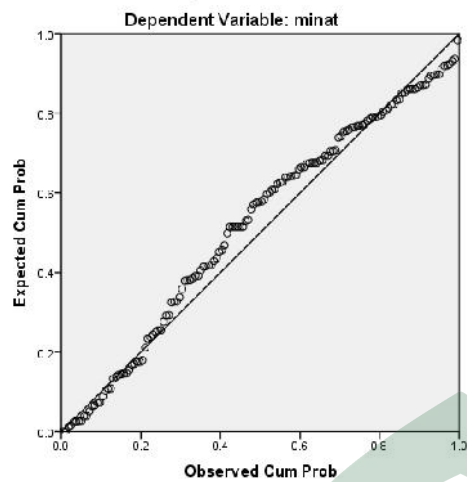
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	13.0488	19.9588	18.0533	1.49567	150
Std. Predicted Value	-3.346	1.274	.000	1.000	150
Standard Error of Predicted Value	.101	.401	.196	.060	150
Adjusted Predicted Value	13.1445	19.9580	18.0594	1.48817	150
Residual	-3.61239	2.36814	.00000	1.10598	150
Std. Residual	-3.222	2.112	.000	.986	150
Stud. Residual	-3.279	2.143	-.003	1.005	150
Deleted Residual	-3.74057	2.43657	-.00602	1.14835	150
Stud. Deleted Residual	-3.396	2.170	-.005	1.014	150
Mahal. Distance	.214	18.105	3.973	3.203	150
Cook's Distance	.000	.076	.008	.013	150
Centered Leverage Value	.001	.122	.027	.021	150

a. Dependent Variable: minat



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.10598068
	Absolute	.095
Most Extreme Differences	Positive	.055
	Negative	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		1.162
Asymp. Sig. (2-tailed)		.135

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

```

COMPUTE Res2=RES_1 * RES_1.
EXECUTE.
COMPUTE LnRes2_=LN(Res2) .
EXECUTE.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT LnRes2_
  /METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) .
  
```

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.417	1.768		.236	.814
1 harga premi	-.026	.140	-.026	-.183	.855
kelompok referensi	-.116	.135	-.109	-.857	.393
Produk	-.064	.147	-.062	-.433	.665
Religiusitas	.125	.157	.112	.795	.428

a. Dependent Variable: LnRes2_

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.684	.956		2.806	.006		
1 harga premi	.173	.076	.192	2.284	.024	.343	2.914
kelompok referensi	.196	.073	.205	2.679	.008	.417	2.400
Produk	.202	.080	.217	2.538	.012	.334	2.993
Religiusitas	.293	.085	.290	3.448	.001	.344	2.905

a. Dependent Variable: minat

RIWAYAT HIDUP

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Nurul Rahmania, Lahir di Makassar pada tanggal 28 Juni 1998, penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan suami istri Bapak Abdul Hamid dan Ibu Herlina. Penulis memulai jenjang pendidikan sekolah dasar di SDI Tete Batu 1 pada tahun 2004 dan tamat tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP N 1 Pallangga pada tahun 2010 dan tamat pada tahun 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA N 1 Gowa pada tahun 2014 dan tamat pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan strata 1 di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin

Makassar Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan selesai
pada tahun 2020

